SHOPPING CENTERS

Mar/Abr
2018

Edição 217
Ano 31

MARIANA FULFARO,
IBERÊ THENÓRIO,
NIINA SECRETS
E MARCO TÚLIO

DO YOUTUBE PARA O SHOPPING

ELES ARRASTAM MULTIDÕES E GERAM FLUXO, VENDAS E ENGAJAMENTO. VOCÊ ESTÁ PRONTO PARA RECEBÊ-LOS?

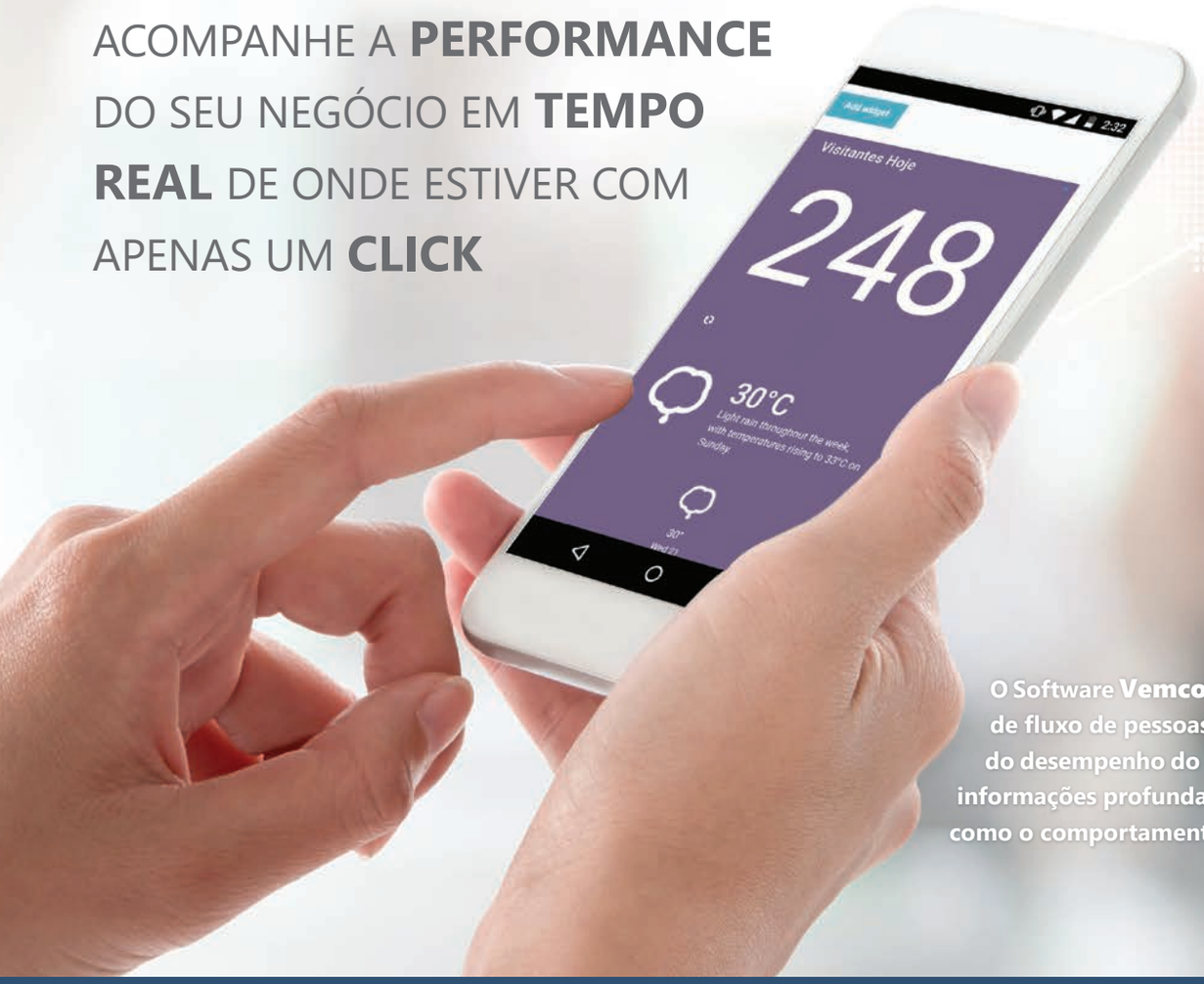
A REVISTA OFICIAL DO SETOR

ABRASCE
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE SHOPPING CENTERS

vemco group

Big Data, Analytics & Insights

ACOMPANHE A **PERFORMANCE** DO SEU NEGÓCIO EM **TEMPO REAL** DE ONDE ESTIVER COM APENAS UM **CLICK**



O Software Vemcount Analytics de contagem de fluxo de pessoas é preciso e eficaz na análise do desempenho do seu negócio. É possível obter informações profundas sobre suas operações, bem como o comportamento dos seus consumidores.

Quantos adultos e/ou crianças visitam o local

Saiba a rota do visitante

Mensuração do tempo de permanência e fila

Ajuste o quadro de funcionários de forma mais eficiente

Áreas quentes e frias

Saiba se suas atividades são atrativas

Saiba o que os nossos clientes estão falando

SHOPPING RIO CLARO
O Shopping da cidade

AD SHOPPING

"O **Shopping Rio Claro**, administrado pela **AD Shopping**, está sempre buscando as últimas tendências de tecnologia e novas soluções disponíveis no mercado. Os dados que o software da Vemco disponibiliza tem nos ajudado bastante no dia a dia, pois temos em tempo real e com precisão a quantidade de visitantes por cada acesso, separados por hora, dia, semana, etc. Sabemos os picos de maior movimento, auxilia no acompanhamento dos resultados das nossas campanhas, na identificação do perfil do público e na atratividade das nossas atividades. A Vemco disponibiliza um canal de suporte para auxiliar na utilização correta das informações e as mesmas são de fácil visualização, em formato de gráficos e planilhas."

Robson J. Lourenço
(Supervisor de Operações)

Disponível em diversas plataformas, com número ilimitado de usuários

Conheça as nossas soluções: (11) **4117-8146**
vemcogroup.com.br

REVISTA
SHOPPING
CENTERS

GLAUCO HUMAI
Presidente

O FUTURO BATE À PORTA

Na mesma velocidade com que a tecnologia evolui em todas as esferas da sociedade, reconfiguram-se também as relações que as pessoas estabelecem com as mais recentes inovações. Foi assim com a invenção dos computadores e com a revolução dos smartphones, e a chamada Internet das Coisas não nos deixa mentir: os próximos anos não serão diferentes.

Distopias futuristas apresentadas em episódios de Black Mirror, série da Netflix criada por Charlie Brooker, evidenciam essa característica de maneira até assustadora. Casas inteligentes, transferência da consciência humana para computadores e robôs similares aos seres humanos, com inteligência artificial, soam como aspectos próprios da ficção, mas a verdade é que não estamos longe daquilo que imaginamos do futuro. Já o vivemos.

Para os shoppings, esta dinâmica não se altera. Cada vez mais, a tecnologia modifica a relação que as pessoas mantêm com seus objetos de interesse e reafirma-se como uma tendência do setor. Usar as redes para atrair mais fluxo, divulgar e estimular campanhas, criar aplicativos próprios e promover experiências que chamem clientes para as lojas é tão importante quanto investir em melhorias estruturais dentro do empreendimento. Não há escapatória: em terra de likes, quem tem boa internet é rei.

As contínuas transformações do setor, bem como as mais recentes soluções tecnológicas, deixam claro até mesmo para os mais duvidosos que a evolução, aparentemente, não tem fim. Pelo contrário, está apenas começando. A grande questão é: você está preparado para ela?

CAPA
Foto Rogério Alonso
Styling Myrna Nascimento
Produção de beleza Ronaldo Vietez

ABRASCE
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE SHOPPING CENTERS

Presidente
GLAUCO HUMAI

Diretor de Assuntos Institucionais
CÁTILO CÂNDIDO

Gerente de Planejamento Estratégico
GABRIELLA OLIVEIRA

Rua Samuel Morse, 74 – 6º andar
Condomínio Edifício Igaratá
Brooklin Novo
São Paulo | SP | CEP 04576-060
Fone: 11 3506 8300
www.abrasce.com.br

REVISTA
SHOPPING
CENTERS

Conselho Editorial
GLAUCO HUMAI

GABRIELLA OLIVEIRA

GABRIEL MAYER WAGNER

RICARDO GARCIA

Publicidade e
Gerente de Novos Negócios e Parcerias
RICARDO GARCIA
ricardo.garcia@abrasce.com.br
11 3506 8326

Coordenador de Novos Negócios e Parcerias
MARCOS FUNCHAL
marcos.funchal@abrasce.com.br
11 3506 8328

Realização
DoisporUm COMUNICAÇÃO

Publisher
FABRICIO BATTAGLINI

Diretor Administrativo e Comercial
DANILO MORAES

Editora-chefe
SOLANGE BASSANEZE [MTB 31.415]

Repórter
PAULA ANDRADE

Direção de Arte
CACAU LAMOUNIER
E MARCELLO PASOTTI

Revisão
TARSILA MARCHETTI

Atendimento
DAYANNA GOMES

Colaboradores
MYRNA NASCIMENTO (produção)
ROGÉRIO ALONSO (foto)
E RONALDO VIETEZ (beleza)

Tratamento de imagem
LEANDRO SGOBBI

Produção Gráfica
GABRIEL J. FONSECA

Impressão
GRÁFICA ESKENAZI

Periodicidade
BIMESTRAL

Circulação
NACIONAL

Tiragem
5 MIL EXEMPLARES

Filiada
anatec

Auditoria de tiragem
Fundação Vanzolini

Auditoria de circulação
Instituto Verificador de Comunicação IVC

Permitida a transcrição de matéria publicada, desde que citada a fonte. Registro Civil de Pessoas Jurídicas. Livro B-3, sob o número 2904. NOTA: as declarações substanciadas em artigos assinados não são de responsabilidade da Abrasce. A Revista Shopping Centers é uma publicação bimestral distribuída gratuitamente aos associados, decisores da indústria de shopping centers e varejistas.

Mallmann

SÃO 30 ANOS DE PARCERIA E SINERGIA.

"Nós do Shopping Piedade nos orgulhamos de fazer parte há 30 anos da trajetória do Studio VS. É com enorme prazer que celebramos esta importante data. Reiteramos que foi com sinergia que se construiu uma história de sucesso, trilhada e conquistada a cada dia com união e soluções práticas que facilitam o nosso dia a dia."

Isabelle Di Tullio
Gerente Controller

"É com muito orgulho e satisfação que comemoramos esses 30 anos de uma parceria vitoriosa com o Studio VS, pautada sempre pela ética, qualidade e eficiência na prestação de seus serviços ao Maceió Shopping, contribuindo dessa forma para a manutenção do sucesso do nosso Shopping ao longo desses anos".

Robson Rodas
Superintendente

Homenagem do Studio VS aos 30 anos de parceria com o **Shopping Piedade** e o **Maceió Shopping.**

STUDIO VS
SISTEMAS PARA GESTÃO DE SHOPPING CENTERS

studiovs.com.br

NESTA EDIÇÃO_

34

42

10
INSIDE
Fatos que impactaram os shoppings e o país

18
NOVOS ASSOCIADOS
Boas-vindas aos filiados e parceiros

20
ATUAÇÃO
Encontros, acordos e debates para impulsionar o setor

26
PROCESSOS
Abrasce desenvolve programa de compliance

28
APROVA RÁPIDO
Medida favorece setor ao liberar alvarás em até 90 dias

30
PAINÉIS E SIMULADO
Seminário de Segurança 2018 vem aí com a presença de especialistas renomados

32
SUSTENTABILIDADE
Projeto incentiva o convívio e leva cultura a pessoas com autismo

34
EMPREENDEDOR
Aníbal Tacla destaca os investimentos atuais e a trajetória de sucesso do grupo

40
ARTIGO JURÍDICO
A importância de políticas e procedimentos de compliance para shopping centers

42
CONECTIVIDADE
Empreendimentos investem em tecnologia e realizam eventos com celebridades da web

50
FISCALIZAÇÃO
A evolução do monitoramento das vagas para idosos e deficientes

54
ESTACIONAMENTO
Soluções pensadas para garantir a segurança de pessoas e veículos

62
BICICLETÁRIOS
Espaços seguros e confortáveis promovem mobilidade urbana

66
PARQUE DA CIDADE
Primeiro mall com conceito Life Center do país inaugura em outubro

70
DECORAÇÃO DE NATAL
O planejamento para a data mais valorizada do comércio já começou

74
LIVRARIAS
A importância das lojas nos malls e o crescimento das redes

80
ARTIGO JURÍDICO
Condomínios podem ser titulares de registros de marcas?

82
SELFIE
Retratos das equipes nos bastidores de eventos importantes

54

74

abrasce abrasceshoppingcenters company/abrasce tvAbrasce

LOJAS AMERICANAS · CINEMARK · RENNER · C&A · PONTO FRIO · Dr. Botica

PREÇOLÂNDIA · marisa · BESNI · BAHIA · express · OUTBACK em breve

Administração:

AD SHOPPING

Tel.: 11 5102-3131
www.adshopping.com.br

Comercialização:

AD MALL

Tel.: 11 5508-4500
www.admall.com.br

5 à Sec • Akkar Soft • AMZ • Anacapri • Any Any • Arezzo • Artwalk • Authentic Feet • Bacio di Latte • Baked Potato • Banco Itaú • Beleza Natural • Black West • Blue Beach • Bob's • Burger King • Casa Bauducco • Cacau Show • Casa do Pão de Queijo • Centauro • Chilli Beans • China In Box • Claro • Clube Melissa • CNS • Criatiff • Crocs • CVC Turismo • Daiso Japan • Dr. Consulta • Drogaria São Paulo • Dunes Calçados • E-Forever • Espaço Laser • Extrafarma • Fast Shop • Gendai • Giolaser • Giraffas • GrandVision by Fototica • Gregory • Habib's • Handbook • Havaianas • Hering • Hope • Ideiaz • Imaginarium • Império Mineiro • iPlace • KFC • Khelf • Kings Sneakers • Kopenhagen • L'Occitane Au Brésil • La Pergoletta Espressa • Le Postiche • Localiza Rent a Car • Luigi Bertolli • Lupo • M. Officer • Magic Feet • Mania de Churrasco • Maze • McDonald's • Mei Mei • Montana Express • Morana • Multicoisas • Multimoney • Mundo do Cabeleireiro • Mundo Verde • Munik Chocolates • Nautica Tattoo • Nobel • O Boticário • Óticas Carol • Outback (em breve) • Parmeggio • Pizza Hut • Planet Girls • Playland • Polishop • Polo Wear • Prego • Puket • Quem Disse, Berenice? • Ragazzo • Rei do Mate • Ri Happy • Romão Calçados • Samsung • Saraiva • Scala sem Costura • Sidefield • Spoleto • Starbucks • Suco Bagaço • Swarovski • Taco Bell • Taiyang • Teatro Dr. Botica • Tip Top • TNG • Unidas Rent a Car • Via Uno • Vivara • Vivenda do Camarão • Vivo • World Tennis • You by Shoes • Youcom • Zelo • Zinzane e muito mais...

Complexo Tatuapé

SHOPPING METRÔ BOULEVARD TATUAPÉ

SHOPPING METRÔ TATUAPÉ

Duas vezes mais shopping.

Interligados à estação Tatuapé do Metrô.

VAREJO SEGUE OTIMISTA

Os sinais de melhora da economia refletiram no setor de franquias ao longo de 2017, e a projeção para 2018 é ampliar o faturamento entre 9% e 10%, segundo a Associação Brasileira de Franchising. A capilaridade das redes de franquias deve ser ampliada em 3%. "A baixa inflação, a queda da taxa básica de juros da economia, a melhora dos índices de confiança do consumidor e do empresariado e a retomada do crescimento do varejo e da atividade industrial são alguns dos fatores que contribuíram para o crescimento do franchising e que nos permitem projetar um desempenho mais positivo do setor em 2018", afirma Altino Cristofoletti Junior, presidente da ABF.

Para o executivo, o ano foi marcado por três movimentos: a progressiva diversificação de canais, modelos e localização; a interiorização do franchising; e o crescimento de franqueados multiunidade. "A busca por eficiência, por novos mercados e por atrair um consumidor receoso se traduziu em muita inovação: novas estratégias de venda e de configuração de ponto comercial, aprimoramentos em produtos e parcerias das mais variadas", completa Cristofoletti Junior.

ENTRE OS TOP 10

A revista Nation's Restaurant News, uma das publicações de maior relevância do setor dos Estados Unidos, divulgou o Ranking Power List, lista de líderes da indústria de restaurantes, que são reconhecidos por ditar as tendências atuais e moldar as do futuro. A CEO da Subway, Suzanne Greco, ficou em quarto lugar, sendo a única mulher de uma marca com presença global na categoria Quick Service Restaurant. Irmã do fundador da rede, Fred DeLuca, ela começou a carreira em 1973, trabalhando em uma das lojas como artista de sanduíche. Foi diretora de Pesquisa e Desenvolvimento e, nos últimos anos, como líder da empresa, atuou para modernizar o menu, priorizando alimentos frescos, saudáveis e sem gordura trans. A Subway é a maior rede dos EUA por número de unidades. Possui 27 mil lojas e, com o redesenho testado em algumas unidades, as vendas aumentaram na casa de dois dígitos.

FOTOS_DIVULGAÇÃO

NOVAS LOJAS

Localizado próximo à Avenida Paulista, o Shopping Frei Caneca incrementa o mix com o intuito de atrair ainda mais clientes. Nos últimos meses, chegaram diversas marcas, como MinD, Morana, Hope, Casa Bauducco, Puppy Center Pet Shop, Superga, The Poke Bowl, iSolution, The Body Shop, entre outras. Destaca-se ainda a unidade corporativa da Universidade Federal de Brusque, com curso superior em gestão de varejo EaD, uma novidade em shopping center. A expectativa é de que estas operações ajudem o empreendimento a registrar uma boa performance em vendas e fluxo.

ENGIE

PARCEIRA ESTRATÉGICA PARA SHOPPING CENTERS

MAIS QUE ENERGIA, SOMOS SOLUÇÃO.
MAIS QUE SERVIÇOS, SOMOS PERFORMANCE.

Líder mundial em soluções de eficiência energética, com 20% de economia de energia em contratos de performance, nosso know-how garante o conhecimento para trazer a solução perfeita para a sua empresa. O mundo muda e, com ele, toda a nossa energia.

Quer saber mais? Converse com a gente.
www.engie.com.br
negocios.servicosdeenergia@engie.com
(31) 2125.8500

REPOSICIONAMENTO DE MARCA

Com quase 40 mil m² de ABL e 200 lojas, o Shopping West Plaza acaba de receber uma unidade ambulatorial do Hospital Cema, especializado em olhos, ouvidos, nariz e garganta, o que amplia ainda mais seu mix de serviços. Já fazia parte dos planos de expansão da instituição estar presente no complexo. Esta é a sétima unidade da rede instalada em um shopping center. A decisão de implantá-las nestes grandes centros comerciais se deve à comodidade, à segurança, à facilidade de estacionamento e à oferta de transporte público. Nesta nova fase, o shopping quer deixar de ser apenas um local de compras, trazendo serviços diferenciados e contando ainda com um Posto de Emissão de Passaporte da Polícia Federal, a Faculdade Paulista de Pesquisa e Ensino Superior, um Boulevard Gastronômico, entre outros. Além disso, há o projeto em andamento da construção de um teatro.

COMPETIÇÃO PARA EMPREENDEDORES

O Pátio Batel, de Curitiba, PR, promoveu o 1º Desafio Gastronômico de Startups, em parceira com a escola de gastronomia Centro Europeu. O grande objetivo da competição foi trazer novidades da área para o mercado regional, fazendo com que as startups encontrassem uma maneira lucrativa para atuar em um segmento em franca expansão no país. Do total de inscritos, 15 equipes foram selecionadas por um júri técnico e dez chegaram à fase final. As duas equipes vencedoras receberão um espaço equipado no shopping para a operação do projeto por um período de 12 meses, com início em 14 de maio. Fora isso, ainda terão mentoria e acompanhamento do negócio por profissionais da escola de gastronomia.

RECORDE HISTÓRICO DA COMPANHIA

A Cyrela Commercial Properties fechou 2017 com lucro líquido de R$ 174,2 milhões. O aumento em vendas foi de 9%, comparado a 2016. No relatório de resultados, a empresa destaca a performance de vendas em lojas em operação há mais de um ano e em aluguéis faturados nesses mesmos locais, pois tiveram crescimento, acima da inflação, em todos os trimestres do ano passado. Houve incremento ainda no fluxo de veículos, de 8,7%. Os estacionamentos dos seis shoppings do grupo receberam 3,3 milhões de carros. O diretor-presidente da CCP, Pedro Daltro, afirma que o foco continua sendo otimizar custos e aumentar a produtividade e as margens. Além disso, ele destaca a busca por inovações que possam, cada vez mais, refletir na construção do que imagina ser o shopping do futuro.

Distribuidora Hytera
GRS DO BRASIL TELECOMUNICAÇÕES
Presente nos mais importantes shoppings do Brasil

Sistema Patrol
PD416

Substitua o bastão de ronda
E OTIMIZE CUSTOS

/grstelecom grsbrasil.com/ Rua Natal, 438 - Santo André - SP

DIVERSÃO GARANTIDA

O Shopping Cerrado, situado na capital goiana, receberá a primeira Estação Turma da Mônica ainda no primeiro semestre de 2018. O Centro de Entretenimento Familiar ou FEC (Family Entertainment Center) de 1.600 m² é fruto de uma parceria entre a Mauricio de Sousa AO VIVO e a operadora ETM Brasil. Com atrações inspiradas no incrível mundo das histórias em quadrinhos e desenvolvidas com base em conceitos temáticos, interativos e educativos, o local promete animar toda a família com diversas atividades. "O projeto da Estação Turma da Mônica está sendo desenvolvido há quase três anos e prevê a implantação de dezenas de unidades no Brasil e no exterior a partir de 2018. Ele faz parte do plano de internacionalização da marca Turma da Mônica, por meio da live experience", destacou Mauro Sousa, Diretor da Mauricio de Sousa AO VIVO.

UMA DÉCADA DE SUCESSO

Reconhecido por proporcionar experiências de consumo diferenciadas, o Shopping Cidade Jardim completa 10 anos em maio. Foi o primeiro centro de compras aberto de São Paulo. O aproveitamento da luz natural e as lojas de frente para jardins proporcionam aos clientes a sensação de passear ao ar livre. É uma excelente opção em moda, serviços, entretenimento e gastronomia. Possui ainda escolas de inglês e teatro musical e um sports center. Recentemente, a Octavio Café abriu uma unidade no empreendimento, fruto do projeto de expansão e renovação da marca, que soma cinco unidades.

RESULTADOS POSITIVOS

Em 2017, o faturamento da Sonae Sierra Brasil superou R$ 4,9 bilhões, o que representa um incremento de 6,8% sobre 2016. As vendas nas mesmas lojas (SSS) tiveram um aumento de 5,8% em relação ao ano anterior, o maior crescimento dos últimos três anos. O aluguel nas mesmas lojas (SSR) também registraram um índice 6% superior. Segundo José Baeta Tomás, CEO da Sonae Sierra Brasil, o ano passado foi marcado pela continuidade da recuperação do setor de shopping centers liderada pela combinação de melhores condições de mercado e pela recuperação do cenário macroeconômico. "Os lojistas presentes nos nossos shoppings registraram ótimos resultados no ano, o que gerou um sólido crescimento na nossa performance global. A receita de aluguel variável tem crescido a um ritmo de dois dígitos nos últimos trimestres, assim como a receita de estacionamento, que, juntamente com fortes quedas de alguns custos e descontos nos contratos de aluguel, impulsionaram nossas margens", completa o CEO. A companhia é proprietária de nove shoppings em operação em cinco estados e administra também um outro empreendimento na cidade de São Paulo.

EM FAVOR DA EDUCAÇÃO

O Minas Shopping firmou parceria com a PUC-Minas para o desenvolvimento de pesquisas e trabalhos acadêmicos de estudantes do curso de administração da universidade. Enquanto os alunos podem aplicar na prática o conteúdo aprendido em sala de aula e desenvolver soluções para o varejo, os lojistas têm a chance de assistir a palestras e receber orientação sobre consultoria de imagem e técnicas de marketing. "Isso confirma nosso compromisso com a educação e com a formação acadêmica dos estudantes, que poderão vivenciar o dia a dia do varejo. Além disso, é uma oportunidade de desenvolvimento profissional de todos os lojistas e colaboradores do Minas Shopping, que, consequentemente, vão oferecer um atendimento cada vez melhor a nossos clientes", comenta o gerente geral do empreendimento, Fábio Freitas.

O MUNDO DO SHOPPING

VISITE. PARTICIPE. PATROCINE.

EXPOSHOPPING 2018

ABRASCE

MAIOR EVENTO DO SETOR NA AMÉRICA LATINA

15.000 VISITANTES DE PÚBLICO ALTAMENTE QUALIFICADO

PRINCIPAIS LANÇAMENTOS E NOVIDADES DO SETOR

OS MAIORES PLAYERS DA INDÚSTRIA

Evento simultâneo à BRASILSHOP

PATROCÍNIO PLATINUM GOCIL SEGURANÇA E SERVIÇOS

PATROCÍNIO OURO CINEMARK

CENTER ACONTECE AQUI

OS MAIORES EVENTOS DO SETOR ESTÃO JUNTOS.

14 A 16 DE AGOSTO | SÃO PAULO EXPO

INSCREVA-SE PELO SITE!

15º CONGRESSO INTERNACIONAL DE SHOPPING CENTERS

ABRASCE 2018

AUMENTE SUA REDE DE RELACIONAMENTO E ADQUIRA MUITO MAIS CONTEÚDO EM UM SÓ LUGAR

EM DEBATE TECNOLOGIA • VAREJO • LIDERANÇA • INOVAÇÃO
DIVERSIDADE • CENÁRIO POLÍTICO E ECONÔMICO

ENTRE EM CONTATO E CONHEÇA AS POSSIBILIDADES DE INVESTIR:
EXPOSHOPPING@ABRASCE.COM.BR | 11 3506 8300

Pensou shopping pensou ABRASCE

www.abrasce.com.br

ABRASCE
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS

NÓS_NOVOS ASSOCIADOS

ANASHOPPING

Situado em Anápolis, uma das cidades mais ricas e desenvolvidas do Centro-Oeste, o empreendimento foi inaugurado em 1995 e se tornou um importante ponto de compras e entretenimento da região. Com 24.637 m² de ABL, reúne 80 operações, quatro lojas-âncoras, quatro salas de cinema e 600 vagas de estacionamento, recebendo um fluxo médio anual de 4 milhões de pessoas.

Avenida Universitária, 2.221, 3º Piso, Vila Santa Izabel – Anápolis/GO
www.anashopping.com.br

SHOPPING PRAÇA DA MOÇA

Aberto em 2009 com uma ABL de 30.665 m², o primeiro shopping de Diadema contribuiu com a valorização da cidade localizada na região metropolitana de São Paulo. Além das 160 lojas, o empreendimento se destaca pela praça de alimentação com mais de 30 opções e pelas sete salas de cinema. A alegria da família fica completa com o centro de diversão indoor e com a ala de serviços.

Rua Graciosa – Diadema/SP
www.shoppingpracadamoca.com.br

_NOVOS ASSOCIADOS/COLABORADORES

ELETROMIDIA

Uma das empresas líderes no mercado out of home faz parte do portfólio de investimentos do Grupo HIG no Brasil. Está presente em três grandes capitais, além de outras 15 cidades. Opera mídia digital e estática em 29 mil telas de exibição, distribuídas em quatro verticais de produtos: transporte sobre trilhos, 41 shoppings, estabelecimentos comerciais e, mais recentemente, no setor de aeroportos com a entrada no Aeroporto Internacional Tom Jobim, no Rio de Janeiro, RJ.

Telefone: (11) 3065 7522
www.eletromidia.com.br

CENTERPLEX

Com 37 anos de história, é uma das maiores exibidoras cinematográficas do Brasil. A primeira sala foi concebida em Poços de Caldas, MG, e hoje são 82 espalhadas pelos estados de Alagoas, Amazonas, Ceará, Maranhão, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Sul e São Paulo. A empresa é reconhecida por proporcionar a mais alta tecnologia de som e imagem, com telas gigantes no conceito Mega Dolby, Atmos, VIP Supremo e 4D Emotion.

Telefone: (11) 3225 1160
www.centerplex.com.br

SMARTMIX BRASIL

A nova marca de eventos nasceu de uma empresa mineira consagrada em todo o Brasil e com um acervo de sucesso incontestável: as exposições *Dinossauros*, *Corpo Humano*, *Dragões*, *Brinquedoteka* e os novíssimos *Insetos*. Possui importantes ferramentas de apoio nas estratégias de marketing em shopping centers em todo o país.

Telefone: (31) 3463 1300
www.smartmixbrasil.com.br

EVENTIALS

Fundada em 2012, é uma empresa focada no desenvolvimento de tecnologia para streaming de vídeo. Sua missão é disseminar conhecimento através da transmissão de webinars, cursos, palestras e eventos on-line. Todos os meses, 500 mil pessoas absorvem 450 mil horas de informação por meio dos vídeos produzidos com a plataforma. Atualmente, possui mais de 60 mil transmissões.

Telefone: (11) 3544 0655
www.eventials.com

THINK DIGITAL

Empresa do Grupo Tecnoset, fornece soluções integradas de comunicação e tecnologia com foco no bom relacionamento entre empresas e consumidores. Atende companhias de pequeno, médio e grande porte, como shoppings, varejistas e hotéis, oferecendo soluções customizadas em redes Wi-Fi e aplicativos.

Telefone: (11) 2808 7800
www.thinkdigital.com.br

MAURICIO DE SOUSA AO VIVO

Tem como missão transformar as histórias em quadrinhos, tão amadas pelas crianças, em experiências ao vivo. Parques; franquias; musicais; eventos corporativos, culturais e esportivos; espaços temáticos interativos para shoppings e feiras de negócios; e licenciamento de áreas temáticas com personagens são as principais frentes de atuação.

www.turmadamonica.com.br

L'OCCITANE

Criado em 1976, na região francesa da Provença, o grupo é pioneiro no uso de óleos essenciais naturais e de manteiga de karité como base para a elaboração de cosméticos. Desde 1995 no mercado brasileiro, conta hoje com mais de 100 lojas físicas. O Brasil também foi o primeiro do mundo a receber um Spa L'Occitane.

Telefone: 0800 171 272
www.br.loccitane.com

PINHEIRO NETO ADVOGADOS

É um dos principais escritórios full service da América Latina com alto nível de especialização nas quatro grandes áreas do Direito (Empresarial, Contencioso, Tributário e Trabalhista). Fundado em 1942, possui sedes em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, somando 97 sócios, 20 consultores e mais de 300 advogados.

Telefone: (11) 3247 8400
www.pinheironeto.com.br

CASA DE BOLOS

Das receitas de família para todo o Brasil. O sucesso da empresa começou em 2010, quando os bolos caseiros da Dona Sônia passaram a ser comercializados em uma loja no centro de Ribeirão Preto, SP. De lá para cá, o negócio ganhou novas parcerias e se tornou uma franquia cobiçada que já marca presença em 15 estados.

Telefone: (16) 3610 2067
www.casadebolos.com.br

SELFIT

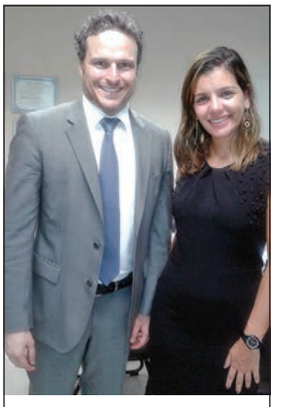
Com unidades em Aracaju, Campina Grande, Caruaru, Feira de Santana, Jaboatão dos Guararapes, João Pessoa, Maceió, Manaus, Mossoró, Natal, Recife, Salvador, São Luís e Teresina, a rede de academias está demonstrando cada vez mais força no Norte e no Nordeste. É uma academia low-cost/high value, que oferece, além do treinamento, um ambiente adequado para todo tipo de aluno.

www.selfitacademias.com.br

VISITAS – DEFESA DA INDÚSTRIA

Lorrayne Rosa, coordenadora de assuntos institucionais, e Flavia Cunha, gerente de operações da Abrasce, com o vereador Autair Gomes

Lorrayne e Flavia com o deputado estadual Emidinho Madeira, da Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais



Com o deputado estadual Fred Costa, da Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais

Lorrayne e Priscila Ditommaso, coordenadora de operações da Abrasce, com o vereador Inaldo Silva, da Câmara Municipal do Rio de Janeiro

Lorrayne e Ricardo Garcia, gerente de novos negócios e parcerias, com Guilherme Campos, presidente dos Correios

Lorrayne e Ricardo com Adriano Ricci, diretor de macro e pequenas empresas do Banco do Brasil

Lorrayne e Ricardo com Marx Rodrigues, diretor de negócios comerciais da Infraero

Lorrayne com a vereadora Neli, da Câmara Municipal de Belo Horizonte

FOTOS_DIVULGAÇÃO

ABRASCE RESPONDE

A NEGOCIAÇÃO COLETIVA SE SOBREPÕE AOS DIREITOS PREVISTOS NA CLT?

Muito tem se falado a respeito do "negociado sobre o legislado". O legislado é composto pelos direitos trabalhistas previstos na Constituição Federal (CF) e na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). O negociado se constitui nos Acordos Coletivos de Trabalho (ACT) ou nas Convenções Coletivas de Trabalho (CCT), que podem ser firmados pelos sindicatos das categorias dos trabalhadores com uma ou mais empresas (ACT) ou entre os sindicatos das categorias de trabalhadores e os sindicatos das categorias das empresas (CCT). Os ACT e as CCT são normas coletivas de trabalho, juridicamente reconhecidas no texto constitucional. Essas normas podem estipular outras condições de trabalho, que também regerão os contratos de trabalho por elas abrangidos. A reforma trabalhista fez com que a negociação coletiva alcançasse um papel essencial nas relações de trabalho. Ainda assim, em atenção ao dito "negociado sobre o legislado", não se faz legítima a adoção de cláusulas que contrariam disposições legais e constitucionais, mesmo quando em favor do empregado, respeitando-se, sempre, a política econômica e financeira adotada pelo governo, a livre iniciativa, bem como outras regras que garantem o pleno exercício da atividade empresarial. Assim, o principal aspecto em questão é a busca pelo equilíbrio entre a autonomia e a negociação coletiva e os direitos fundamentais dos trabalhadores.

Gisele Pimentel – Gerente Jurídica da Abrasce

Tem alguma dúvida? Envie sua pergunta para revista@abrasce.com.br que a Abrasce responde.

ENGINEERING
TOMORROW

Danfoss

Reinventar o amanhã é enxergar perspectivas para um **futuro inovador**

Com compressores e drives presentes em edifícios, a Danfoss faz parte do cenário de importantes cidades do mundo, proporcionando ambientes climatizados com economia de energia e redução de emissões nocivas. O edifício Victor Malzoni é a prova de que, com confiança e qualidade, a inovação tem o seu alcance ampliado para o mundo afora.

10%
de energia economizada com a aplicação de compressores Danfoss

Descubra como a Danfoss pode oferecer soluções para o seu negócio.
www.danfoss.com.br/hvac

CENTRO-OESTE

O Encontro com Associados em Cuiabá, MT, reuniu superintendentes e equipes de shopping centers de todo o estado. Na ocasião, Lorrayne Rosa, coordenadora de Assuntos Institucionais, fez um update jurídico nacional e regional e os 15 presentes puderam tirar suas dúvidas. Houve ainda palestra sobre planejamento de shopping centers, ministrada por Humberto Tedeschi.

NORDESTE COMO DESTINO

Em fevereiro, aconteceu mais um Encontro com Associados em Pernambuco, no Recife. Participantes do interior do estado também marcaram presença. A gerente jurídica, Gisele Pimentel, falou sobre temas jurídicos e legislativos e Cristiano Lopes mostrou as dez práticas do varejo mais relevantes da última edição da National Federal Retail, realizada em Nova York, EUA.

EXCLUSIVO PARA ASSOCIADOS

No Encontro do Rio de Janeiro, realizado na capital, a Abrasce levou a palestra *Bem-vindo à era das experiências, inspire-se e experencialize*, de Manuel Junior, publicitário e consultor de marketing de experiência no Brasil. Além disso, foi apresentado o resultado do grupo de trabalho de segurança local.

GRUPO ESTRATÉGICO

Em março, aconteceu, na sede da Abrasce, na capital paulista, mais uma reunião do Comitê de Tecnologia da Informação. Formado por gestores corporativos associados, o grupo debateu os atuais desafios da área.

CONVERSA SOBRE NEGÓCIOS

A Abrasce realizou um almoço com associados da região de Pelotas, RS. A coordenadora de operações, Priscila Ditommaso, representou a entidade e um advogado fez uma apresentação sobre questões jurídicas e legislativas de interesse local.

Últimos dias
pra você fazer parte deste grupo seleto.

FAÇA PARTE DA

DELEGAÇÃO ABRASCE RECon 2018

THE GLOBAL RETAIL ESTATE CONVENTION ★

VAGAS LIMITADAS

DE 15 A 23 DE MAIO • LAS VEGAS • USA

Pela 11ª vez a Abrasce levará um time de profissionais para o maior evento de shopping centers: **RECon Las Vegas**.
Surpreenda-se com as principais tendências de mercado e enriqueça os seus contatos nesse evento que reúne mais de 34 mil participantes do mundo todo.

VISITAS TÉCNICAS EM MINNEAPOLIS AO MALL OF AMERICA E SOUTHDALE CENTER.
É MUITO CONTEÚDO NA PRÁTICA.

DESCONTO ESPECIAL
PARA ASSOCIADOS ABRASCE (PACOTE TÉCNICO)

- ★ TRADUÇÃO SIMULTÂNEA EXCLUSIVA
- ★ APOIO TÉCNICO E ACOMPANHAMENTO DE ESPECIALISTAS FULL TIME
- ★ PALESTRAS ESPECIAIS PARA A DELEGAÇÃO
- ★ NETWORKING
- ★ WRAP-UP

★ **DIA 20/5 Michael Strahan**, ex-jogador de futebol americano que atuava como *defensive end* na National Football League e jogou toda sua carreira no New York Giants.

*Progamação sujeita à alteração sem aviso prévio

MAIS INFORMAÇÕES
recon2018@gsmalls.com.br
11 3405-6696

COORDENAÇÃO GS&MALLS
SOLUÇÕES & RESULTADOS PARA CENTROS COMERCIAIS

Pensou shopping pensou ABRASCE

www.abrasce.com.br

ABRASCE
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS

ICSC – LAW CONFERENCE

De 24 a 27 de outubro acontece, em Orlando, a Conferência de Direito Norte-Americano sobre Shopping Center. O encontro é uma ótima oportunidade para obter informações sobre o setor imobiliário de varejo, já que será possível assistir a cerca de 70 apresentações com importantes profissionais da área e interagir com mais de 1.300 colegas. Para informações sobre o evento, acesse o site www.icsc.org.

SÓ OUTLET CENTERS

O encontro, realizado em março, contou com representantes dos principais empreendimentos do segmento e teve ainda uma palestra de macroeconomia, apresentada por Fernando Sampaio, sócio da LCA – Soluções Estratégicas em Economia. Durante a reunião, foi definido também o plano de trabalho para 2018.

CALENDÁRIO

ABRIL

10 – Encontro com Associados em Goiânia, GO
11 – Webinar
13 – Almoço com Associados na Zona Oeste de São Paulo, SP
18 – Encontro com Associados em Ribeirão Preto, SP
24 – Reunião Strip Malls
24 – Seminário de Segurança
25 – Simulado e Seminário de Segurança

MAIO

4 – Almoço com Associados em Vitória, ES
15 – Encontro com Associados em São Luís, MA
16 a 23 – Delegação Abrasce RECon
29 – Encontro com Associados em Maceió, AL, e Aracaju, SE

JUNHO

5 – Almoço com Associados na Zona Leste de São Paulo, SP
7 – Encontro com Associados em Manaus, AM
21 – Comitê TI
26 – Reunião Strip Malls
27 – Reunião Outlet Centers
28 – Encontro com Associados em Florianópolis, SC

VISITA DE RELACIONAMENTO

Shopping Itaboraí Plaza (Itaboraí/RJ) – Lorrayne Rosa (à esquerda), coordenadora de Assuntos Institucionais, Pedro Caminada, superintendente do empreendimento, e Priscila Ditommaso, coordenadora de operações.

Toda **quinta**
um vídeo novo
no nosso canal
do **YouTube!**

A ACADEMIA QUE FALTAVA NO SEU SHOPPING

selfit
Academia
do seu jeito

DESCUBRA A REDE DE ACADEMIAS QUE ESTÁ EM PLENA EXPANSÃO EM TODO O BRASIL. COM UM MODELO DE NEGÓCIO INOVADOR, ATUAMOS COM UNIDADES PRÓPRIAS, FRANQUEADOS E SÓCIO INVESTIDOR. POR SER UM SERVIÇO DE UTILIZAÇÃO REGULAR, O AUMENTO DE FLUXO DE CLIENTES, TANTO FEMININO COMO MASCULINO, É PRESENÇA GARANTIDA NO SEU SHOPPING CENTER.

ÁREA DE CARDIO

MUSCULAÇÃO

ÁREA DE PESO LIVRE

SELF INTENSE - FUNCIONAL

SALA DE GINÁSTICA

SELF EXTREME - HIIT*

PLANOS A PARTIR DE R$59,90 MÊS

PERFORMANCE
FINANCEIRA ATRAENTE
PAYBACK RÁPIDO

MODELO DE NEGÓCIO
RESILIENTE

UNIDADES DE
1.000 A 1.300 M²

INFRAESTRUTURA
E EQUIPAMENTOS
MODERNOS

30 UNIDADES JÁ EM FUNCIONAMENTO
ARACAJU | CARUARU | FEIRA DE SANTANA
JABOATÃO DOS GUARARAPES | JOÃO PESSOA
MACEIÓ | MANAUS | NATAL | RECIFE | SALVADOR
SÃO LUÍS | TERESINA | MOSSORÓ

EXPANSÃO
expansao@selfitacademias.com.br
+ 55 (81) 3036.5757
WWW.SELFITACADEMIAS.COM.BR

* TREINO INTERVALADO DE ALTA INTENSIDADE

EM LINHA COM AS **NORMAS**

ABRASCE DESENVOLVE PROGRAMA DE COMPLIANCE

Por_**SOLANGE BASSANEZE**

Abrasce torna-se a primeira associação brasileira com 100% de compliance depois de lançar manual com regras e processos, o que irá contribuir de maneira muito concreta para o desenvolvimento do ambiente de negócios do país. "Além da simples conformidade legal, ele busca novos padrões de ética, moralidade, honestidade e transparência, tanto na condução dos negócios como no comportamento de nossa gente. Desta forma, ao mesmo tempo que trabalha por sua perenidade e crescimento, a entidade está zelando pela reputação dos associados e dos profissionais do mercado de shoppings", afirma Gisele Pimentel, gerente jurídica da entidade, responsável pela coordenação deste trabalho juntamente a uma empresa especializada no assunto. Toda a diretriz foi traçada pela alta direção em linha com o Conselho Diretor. A seguir, Gisele destaca os principais pontos do Programa de Compliance, que envolve a Presidência, a Diretoria de Assuntos Institucionais e os Departamentos Jurídico e de Recursos Humanos.

O começo

A partir do mapeamento das principais áreas de risco da entidade com relação à corrupção, realizado em 2017, a Abrasce desenvolveu regras, controles e procedimentos, objetivando minimizar a possibilidade de prática de condutas ilícitas, resultando no Manual de Compliance. De acordo com Gisele, o diferencial da Abrasce é conseguir um papel de liderança na adoção dos requisitos básicos de ética e integridade e disseminação dessa cultura, envolvendo sua cadeia de relacionamento e propagando a ideia para outras empresas e associações, de forma a contribuir para a construção de um Brasil melhor.

Principais processos e normas

Em linha aos preceitos da Lei nº 12.846/2013, houve o compromisso na efetiva adoção da ética e integridade como cultura, tomando por base os seguintes elementos:

- Compromisso da alta administração e conselheiros;

Gisele Pimentel, gerente jurídica e compliance na sede da Abrasce, na capital paulista

FOTOS_DIVULGAÇÃO

- Políticas e procedimentos aplicáveis a todos na empresa;
- Políticas e procedimentos aplicáveis a terceiros;
- Avaliação periódica de riscos;
- Controles internos para garantir a confiabilidade financeira;
- Procedimentos relacionados aos contratos públicos e interação com funcionários do governo;
- Independência, estrutura e autoridade da instância interna responsável pela aplicação do programa de Compliance;
- Existência de canais de denúncia disponíveis para terceiros;
- Aplicação de medidas disciplinares em caso de infração;
- Due Diligence em terceiros.

"Assim sendo, todo o desenvolvimento do Compliance Risk Assessment baseou-se no desejo genuíno da organização de implementar um mecanismo efetivo de integridade", esclarece Gisele.

Contribuição

O compliance estabelece que a associação deve estar absolutamente alinhada com normas, controles internos e externos, além de todas as políticas e diretrizes estabelecidas para a sua atividade. "Essa atuação será fundamental para a sustentabilidade da Abrasce, mantida por meio da prestação de bons serviços aos seus associados e do bom uso dos recursos arrecadados. Essa sustentabilidade se apoia num bom estatuto, na prática permanente de regras rígidas de compliance e na transparência", afirma.

Demonstrativo de boas práticas

Pesquisas importantes comprovam que entidades com boas práticas de governança corporativa e com programas de compliance eficientes criam e mantêm muito mais qualidade nas suas funções, têm maior credibilidade, conseguem atrair mais associados, crescem melhor e são mais admiradas e sustentáveis.

Ferramenta estratégica

Segundo a gerente jurídica, no cotidiano, essas ferramentas acabam por promover um controle social na organização, com os colaboradores "fazendo" e "cuidando" do compliance, num ambiente limpo, sadio e favorável a boas práticas. Processos e controles auxiliam a identificação e mitigação dos riscos. "Assim, o Compliance Risk Assessment busca identificar a existência de tais elementos, para que seja possível preparar soluções para situações que podem gerar a responsabilização da associação, de seus executivos e associados."

De 500 para 90 dias. Com o projeto Aprova Rápido, este deve ser o prazo médio para a liberação de novos empreendimentos na capital paulista. A medida, que começou a vigorar em 12 de março e vale para imóveis com mais de 1.500 m², promete impulsionar a indústria de shopping centers, que sofria com a burocracia e a vagarosidade na análise de documentação.

RITMO ACELERADO

PROJETO DIMINUI BUROCRACIA E AGILIZA ALVARÁS PARA SHOPPINGS EM SÃO PAULO

Por_**PAULA ANDRADE**

Idealizado em 2017 pela Secretaria Municipal de Urbanismo e Licenciamento (SMUL), o Aprova Rápido foi instituído por meio do Decreto nº 58.130 para resolver problemas de longa data relativos ao licenciamento. O intuito é superar quatro principais entraves: a legislação complexa e burocrática; a deficiência na capacitação dos servidores responsáveis por avaliar os processos de edificação; a falta de tecnologia e mecanismos digitais para tramitação; e a governança com as secretarias envolvidas.

"A demora na autorização dos alvarás prejudicava muito o setor. É preciso que haja uma velocidade bem maior. Pelo que está programado, a partir de agora, o documento pode ser aprovado em até 90 dias. Antigamente, demorava em média 18 meses", comenta Cátilo Cândido, diretor de Assuntos Institucionais da Abrasce, que, ao lado do presidente, Glauco Humai, faz parte da Comissão de Monitoramento do Aprova Rápido, juntamente com representantes do Sindicato da Habitação (Secovi) e de outras entidades.

Anteriormente, o pedido de edificação precisava de aval de outras pastas municipais e a análise era feita *in loco* por um técnico, o que acarretava um período longo e o descumprimento de prazos para emissão do alvará. "Agora o processo pode ser digital e a análise é totalmente integrada. Fica tudo mais fácil", entende Cândido.

Exemplo para outras cidades

O projeto promete trazer grandes avanços para São Paulo, já que "estabelece prazos e acelera a análise de processos de aprovação de projetos, dinamizando a economia e propiciando um ambiente de negócios positivo para o setor imobiliário". De acordo com a SMUL, a Abrasce vem contribuindo em todas as iniciativas de revisão de legislação edilícia na capital paulista, especialmente na regulamentação do Código de Obras e Edificações (Lei nº 16.642, de 9 de maio de 2017, e Decreto nº 57.776, de 7 de julho de 2017), que também trouxe inovações importantes para o exame de pedidos de licenciamento de obras e empreendimentos que admitem procedimento simplificado, sedimentando o caminho para a implantação do Aprova Rápido.

"Somos a favor de tudo que ajude a desburocratizar a legislação aplicada a shopping centers. Brasília já está discutindo um projeto parecido. Esperamos que outras cidades copiem esta iniciativa, porque ela é maravilhosa", ressalta o diretor de Assuntos Institucionais da Abrasce.

"QUALQUER INICIATIVA QUE VISE DIMINUIR A BUROCRACIA E AGILIZAR OS PROCESSOS QUE PODEM GERAR EMPREGO, RENDA E OPORTUNIDADE DE NOVOS NEGÓCIOS PARA O PAÍS É VÁLIDA E OS SHOPPINGS APENAS A SEGUIRÃO"

CÁTILO CÂNDIDO

TRÂMITES DO PROJETO

1 – O Grupo Intersecretarial de Análise de Projetos Específicos do Município (Graproem), formado por representantes das secretarias de Urbanismo e Licenciamento, Verde e Meio Ambiente, Cultura, Serviços e Obras, Mobilidade e Transportes e Habitação, analisa os processos.

2 – Reuniões são realizadas a cada 15 dias para avaliar de forma integrada o voto favorável ou desfavorável aos pedidos de Alvará de Aprovação de Obra Nova (com mais de 1.500 m²) .

3 – Em reunião preliminar, cada membro do grupo recebe uma pasta com todos os documentos que importam à análise do pedido para, no prazo máximo de 60 dias, apresentar os pareceres técnicos conclusivos e as manifestações relativas aos projetos analisados.

4 – Quando necessário, é emitido um comunicado único, contendo as exigências de cada órgão para serem atendidas no prazo de 30 dias, sendo facultada aos órgãos licenciadores a solicitação de ajustes no projeto, a fim de possibilitar a emissão do alvará.

5 – Com o parecer favorável unânime dos membros do Graproem, o pedido segue à Divisão Técnica competente da SMUL para o despacho de deferimento e a expedição do alvará, após o cumprimento de demais formalidades, dependendo do caso.

DE PRONTIDÃO!

SEMINÁRIO DE SEGURANÇA ACONTECE EM ABRIL COM A PARTICIPAÇÃO DE GRANDES ESPECIALISTAS DA ÁREA

Por_**PAULA ANDRADE**

"Liberdade para mim é isto: não ter medo." A sentença famosa da cantora e ativista norte-americana Nina Simone reflete o desejo da grande maioria dos brasileiros. Afinal, circular pelas ruas com tranquilidade parece utopia em um país que registrou 61,6 mil mortes violentas em 2016, ou sete assassinatos por hora, segundo dados divulgados pelo último Anuário de Segurança Pública. Em meio a este cenário caótico, garantir o bem-estar de clientes e funcionários, protegendo vidas e patrimônios, tornou-se a preocupação número 1 dos shopping centers. Para debater o tema e estudar soluções para o setor, a Abrasce realiza nos dias 24 e 25 de abril, na capital paulista, a 4ª edição do Seminário de Segurança.

Além do aguardado simulado com previsão de 1h30 de duração, que reunirá representantes de entidades públicas e privadas, o evento promoverá painéis com importantes especialistas da área. Entre eles, está Jorge Alexandre Alves, atual coordenador da Comissão de Estudos de Planos de Equipes de Emergência do Comitê Brasileiro de Segurança contra Incêndio, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Formado em Ciências do Fogo, nos Estados Unidos, o profissional registra uma trajetória de sucesso como bombeiro e paramédico. "Sou qualificado como chefe oficial e instrutor tanto de risco urbano quanto industrial na área de incêndio. Somo 11 anos de experiência em emergências médicas em território americano e mais de 20 anos no Brasil", relata Alves.

Normas e respostas frente ao perigo

Diretor técnico da Fire & Rescue Group, empresa com atuação em plantas de alto risco, que envolvem setores de óleo e gás, combustíveis, mineração e navegação, o especialista conduzirá o painel "Preparando o Shopping Center para Emergências".

"Levarei informações que não são divulgadas frequentemente a respeito de como estamos com relação ao serviço de atendimento público.

A última edição do evento, realizada em junho de 2017, na capital paulista, reuniu representantes de shoppings de todo o país e foi um grande sucesso

Depois, mostrarei os critérios para elaborar um documento técnico, os procedimentos de plano de emergência e o dimensionamento de recursos materiais e humanos para atendimentos dentro dos empreendimentos. Espero oferecer uma gama nova de atualidades técnicas para o empreendedor ter uma visão mais criteriosa na preparação dos shoppings em situações de emergência", destaca Alves.

De acordo com o profissional, atualmente, muitos centros de compras se preparam de forma fragmentada frente a situações de perigo. Eles desenvolvem um documento apenas para atender uma auditoria e não possuem um procedimento normatizado que se adeque plenamente com a capacitação dos brigadistas.

"Como coordenador da comissão de estudos da ABNT, a grande importância deste evento é levar as atualizações normativas pertinentes à área de preparação da planta de emergência, considerando plano, brigada e bombeiros civis. Levar os novos requisitos e procedimentos para auxiliar o empreendedor a melhorar sua resposta e a organização do seu empreendimento para riscos potenciais, envolvendo situações acidentais ou ações intencionais, como assaltos ou atos de terrorismo", conclui Alves.

Jorge Alexandre Alves

PARTICIPE!

As inscrições para o Seminário de Segurança 2018 podem ser feitas até o dia 20 de abril. Confira os valores abaixo e bom evento!

ASSOCIADOS

Lote 2 – até 6/4: R$ 1.300

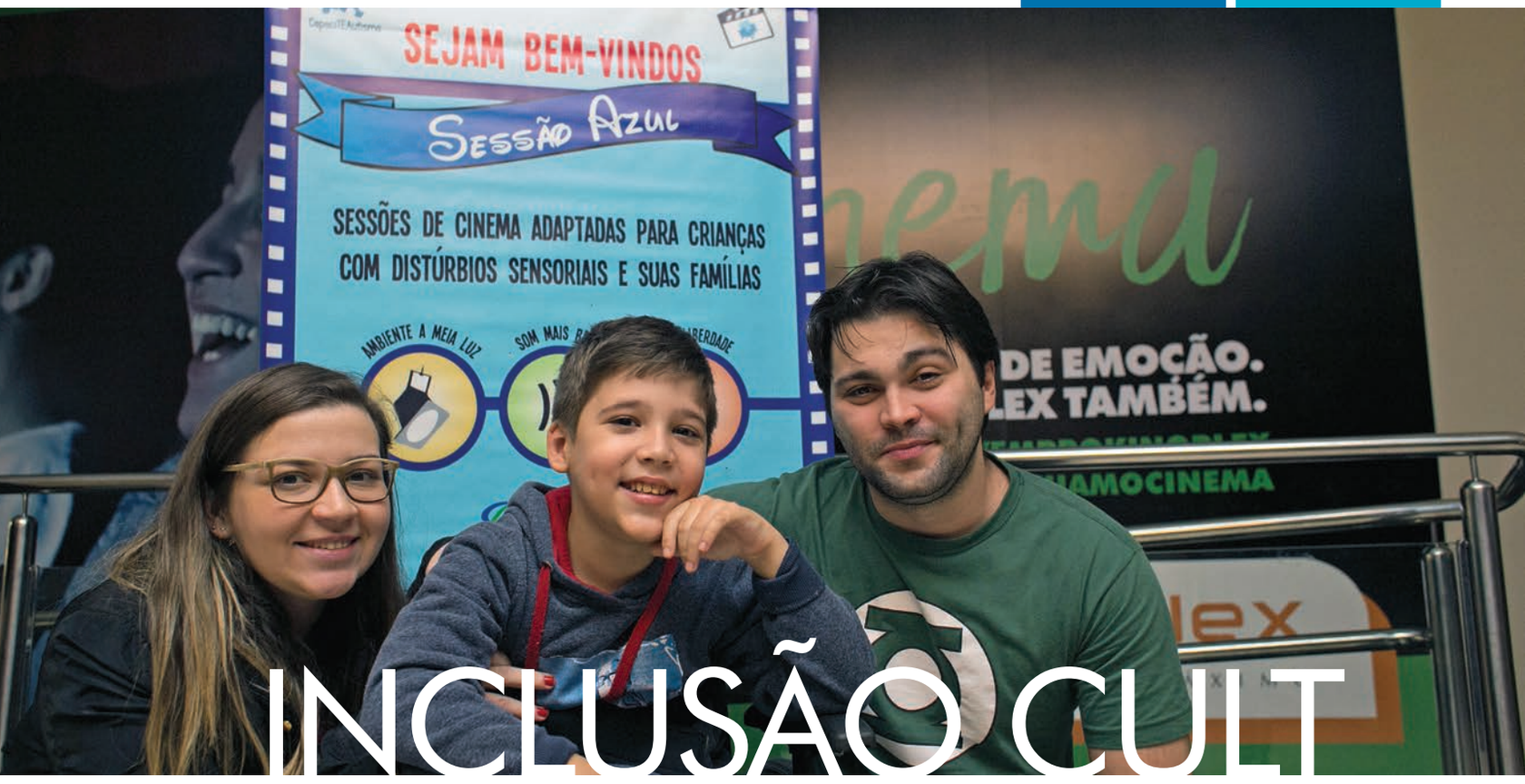
Lote 3 – de 7/4 até 20/4: R$ 1.500

NÃO ASSOCIADOS

Valor fixo: R$ 2.000

Mais informações pelo site www.abrasce.com.br

FOTOS_DIVULGAÇÃO



INCLUSÃO CULT

PROJETO INCENTIVA O CONVÍVIO SOCIAL E LEVA ENTRETENIMENTO A CRIANÇAS AUTISTAS POR MEIO DE VISITAS A CINEMAS, TEATROS E AQUÁRIO

Por_**PAULA ANDRADE**

Para a maioria de nós, ir ao cinema é uma atividade bacana, mas muito trivial. Basta, no entanto, acompanhar o trabalho da Sessão Azul para entender que o impacto desta ação pode ir muito além do que imaginamos. O projeto organiza sessões adaptadas para receber crianças com Transtorno do Espectro do Autismo (TEA). Assim, os trailers comerciais são suspensos, as luzes das salas se mantêm acesas e o volume do som fica mais baixo. Para completar, os espectadores podem andar, dançar, gritar e cantar livremente enquanto o filme é projetado.

A primeira experiência aconteceu em dezembro de 2015 no Via Parque Shopping, na capital fluminense. Desde então, foram mais de 210 delas em 18 malls localizados nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Goiânia, Niterói e Vila Velha.

A ideia de estender o entretenimento a crianças com distúrbios sensoriais nasceu com as psicólogas Carolina Salviano de Figueiredo e Bruna Manta, que somam 17 anos de vivência no tratamento do TEA e atuam na clínica CapaciTEAutismo, e com o gerente de projetos Leonardo Bittencourt Cardoso.

Os profissionais perceberam a dificuldade de convívio social dos portadores do transtorno e seus familiares e se basearam na iniciativa do CineMaterna (que recebe mães e bebês nas salas de cinema) para criar o Sessão Azul. “Avaliamos com um grupo de pais em consultório o que eles achariam se iniciássemos a organização de sessões especialmente voltadas para pessoas com TEA. Eles adoraram e seguimos em frente”, conta Carolina.

A primeira ação reuniu 75 espectadores, a maioria formada por pessoas que nunca tinham levado o filho ao cinema por receio de seu comportamento. “Ao final, todos agradeceram a oportunidade e elogiaram o projeto. Muitos foram às lágrimas”, recorda Bruna.

Cuidado e crescimento

O objetivo principal é que as sessões de cinema funcionem como uma extensão ao trabalho terapêutico realizado com a criança e aumentem o engajamento dos pais no processo de tratamento. Todas são acompanhadas por, ao menos, quatro voluntários. “Mantemos parcerias com associações de pais e profissionais com experiência no atendimento a crianças autistas. Fazemos uma capacitação on-line com esses parceiros e acompanhamos a primeira sessão para finalizar o treinamento, para que esses colaboradores possam continuar nos apoiando em sua região”, explica Cardoso.

A meta para 2018 é aumentar em 30% o número de sessões e levar o projeto para outras cidades, além de novos shoppings e locais culturais. Tudo para proporcionar mais integração social e diversão para o maior número possível de portadores do TEA. “Tivemos o caso de uma mãe que levou seu filho de 21 anos pela primeira vez ao cinema. No início, ele teve um pouco de dificuldade para entrar, porém, com a ajuda de voluntários, conseguimos auxiliá-los e ele conseguiu assistir ao filme até o final. A mãe não conseguia sair da sala de tanta emoção. Imaginamos que foi uma mistura de felicidade, alívio e sentimento de superação”, relatam os idealizadores. Além das idas ao cinema, o projeto promove visitas ao teatro e ao AquaRio (Aquário Marinho do Rio).

SESSÃO AZUL EM NÚMEROS

(entre dezembro de 2015 e fevereiro de 2018)

- 21 mil pessoas atendidas
- 18 shoppings participantes (6 redes: UCI, Cinemark, Cinepólis, Cinespaço, CineSystem e Kinoplex)
- 6 cidades envolvidas
- 212 sessões de cinema
- 9 visitas ao Aquário Marinho do Rio
- 5 sessões de teatro

COLABORE!

Os shoppings que desejam fazer parte do projeto devem enviar um e-mail para contato@sessaoazul.com.br. Os organizadores enviarão um material explicativo e todos os detalhes sobre a parceria.

FOTOS_DIVULGAÇÃO

EXPERIÊNCIA DE MUITAS DÉCADAS

GRUPO TACLA SHOPPING SEGUE INVESTINDO NO SETOR COM NOVOS PROJETOS ATÉ 2019

Por_**SOLANGE BASSANEZE**

A história da família Tacla no varejo tem mais de 70 anos. Tudo começou com a Tecelagem Imperial, do imigrante sírio Mounif Tacla, que, por quatro décadas, administrou muito bem o negócio. Com seu falecimento, os filhos assumiram a empresa, seguiram no ramo de confecções e tecidos e abriram outras frentes. De acordo com Aníbal Tacla, presidente do Grupo Tacla Shopping, a experiência adquirida ao longo de todos esses anos fez com que os empreendedores compreendessem com facilidade as necessidades dos lojistas. Em 1988, decidiram investir no ramo de shopping e inauguraram o Shopping Mounif Tacla, na Praça Generoso Marques, em Curitiba, PR, com 60 lojas. ▶

Entre tantos compromissos, o presidente Aníbal Tacla realiza diversas reuniões com lojistas para se manter próximo do varejista

Porto Belo Outlet Premium, inaugurado em dezembro de 2017, possui 25 mil m² de ABL e conta com marcas de luxo

A partir daí, passaram a atuar diretamente na concepção, no planejamento, no desenvolvimento, na construção e na administração de shoppings. "Isso é o que nos permite tomar decisões adequadas em todas as áreas, adotando uma metodologia moderna e ágil e fortalecendo nosso posicionamento no mercado", diz. Hoje, são sete empreendimentos em operação e três em construção. O presidente nos conta um pouco sobre os lançamentos previstos e a expectativa para os próximos meses.

Revista Shopping Centers | Fale sobre os três shopping centers que serão inaugurados no Paraná entre 2018 e 2019.

Aníbal Tacla | O Jockey Plaza será o único shopping no norte de Curitiba, PR, uma região de excelente poder aquisitivo e grande adensamento populacional. Serão 21.700 m² de área construída em quatro pavimentos, dois de estacionamento com mais de 4 mil vagas e dois para as 420 lojas, cinemas e restaurantes. O empreendimento será um dos maiores da cidade. O City Center em Campo Largo, a 26 km da capital paranaense, é um projeto único no Brasil e contará com um shopping, um outlet com 200 lojas, um power center, um hotel e áreas corporativas, em um terreno de 280 mil m² defronte a uma trincheira, o que garantirá um acesso seguro. Previsto para 2019, o Palladium Umuarama será o primeiro shopping da cidade e da região e terá 150 lojas e 66 mil m². A escolha das cidades foi estratégica, pois, antes da implementação de qualquer shopping, realizamos um estudo de mercado que dá como resultado a viabilização ou não do novo empreendimento.

RSC | O que eles trarão de diferencial para as regiões?

AT | Todo shopping center ou outlet, por princípio de operação, ajuda a consolidar o varejo das regiões. Muitas vezes, são até responsáveis pela "profissionalização" do setor, no sentido de qualificar mão de obra. Além disso, promove o desenvolvimento do entorno, a valorização dos imóveis da região e a melhoria na qualidade de vida.

RSC | Como avalia o início das operações do outlet de luxo inaugurado no final do ano passado na cidade de Porto Belo (SC)?

AT | No Porto Belo Outlet Premium, em Santa Catarina, foram investidos R$ 185 milhões. Temos poucos meses de operação, mas os resultados já estão superando nossas expectativas. Grandes marcas estão conosco. Assinado pelo escritório HL Architects, de Miami, nos Estados Unidos, o projeto segue conceitos norte-americanos de layout racetrack, contando com exposição privilegiada para todos os espaços, equilíbrio do fluxo e circulação pela disposição de acessos e estacionamento.

RSC | Pretendem expandir os negócios para os outros estados, além do Paraná e de Santa Catarina e São Paulo?

AT | No momento, nosso foco é seguir na implantação dos projetos que já estão em desenvolvimento e que demandam muita atenção até ficarem 100% operacionais. Somos uma companhia que investe com muita cautela.

RSC | Como avalia a atuação do setor de shopping na recuperação da economia brasileira?

AT | De modo geral, entendemos que a economia vem mostrando sinais de recuperação. E, de forma específica, sabemos o quanto o varejo é sensível às mudanças na economia – não só no Brasil, mas no mundo. A indústria de shopping centers é uma grande geradora de empregos e de divisas, configurando um segmento muito importante para a economia. Nosso grupo é muito atento e se prepara para as mudanças do setor. Hoje, nossos empreendimentos são, além de centro de compras, ambientes de conveniência e convivência. A necessidade do nosso cliente é pensada de forma ampla, para que ele se sinta acolhido no shopping. Queremos que ele tenha uma experiência que vá além do ambiente de compras. ▶

Maior shopping do sul do país, o Palladium Curitiba possui 350 lojas em operação

"ALÉM DE AJUDAR A CONSOLIDAR O VAREJO DA REGIÃO E QUALIFICAR A MÃO DE OBRA, OS SHOPPINGS PROMOVEM O DESENVOLVIMENTO DO ENTORNO, A VALORIZAÇÃO DOS IMÓVEIS E A MELHORIA NA QUALIDADE DE VIDA"

_ANÍBAL TACLA

Previsto ainda para 2018, o City Center, em Campo Largo, PR, reunirá shopping, outlet e power center em um só lugar

RSC | Qual é sua expectativa para 2018, já que é ano de eleição?

AT | A nossa expectativa é muito positiva, acredito que os empresários estão se descolando das questões políticas e focando no desenvolvimento dos seus negócios.

RSC | Desde que entraram no ramo de shopping, qual foi o maior desafio até hoje?

AT | O varejo nos desafia todos os dias. São as mudanças de perfis dos consumidores, a necessidade de atender os diferentes perfis de lojistas, de oferta e de consumo, as mudanças econômicas, a instabilidade política, a nova lógica do relacionamento no ambiente on-line e como ele se conecta no off-line e as vendas diretas pela internet. Todos esses são desafios com os quais lidamos na atualidade. Não existe um maior do que o outro, pois cada um impacta de uma forma.

RSC | Quantos empregos são gerados pelo Grupo Tacla?

AT | Atualmente, temos sete empreendimentos em operação e três que devem inaugurar entre 2018 e 2019. Quando estes projetos estiverem inaugurados, teremos dez empreendimentos, 21 mil pessoas trabalhando nas lojas, 1.500 nos condomínios e 420 pessoas nos estacionamentos.

RSC | Nas duas últimas décadas, o senhor atua diretamente na administração dos empreendimentos, realizando reuniões com muitos lojistas. De que forma esta participação tão ativa ajuda nos negócios?

AT | O lojista estabelece uma relação de confiança muito próxima com o empreendedor do shopping center. Circular pelo mall, conhecer as operações e saber dos desafios e das oportunidades da mesma forma que eles vivem no dia a dia é o grande diferencial e nos traz vínculos com os lojistas que são muito valiosos. Sem dúvida nenhuma, ajuda a entender o negócio.

RSC | O fato de ser uma empresa com administração familiar auxilia a gerir os negócios?

AT | Sem dúvida, mas entendemos que todos devam estar preparados e envolvidos nas operações do dia a dia, respeitando e adequando o perfil e as habilidades que cada um apresenta.

PRÊMIO ABRASCE 2018

MAIS QUE UM PRÊMIO,
UM INCENTIVO AO SETOR.

SAIBA QUAIS CATEGORIAS PODEM TE LEVAR AO OURO:

- Eventos e Promoções
- Eventos e Promoções de Natal
- Campanhas Institucionais
- Outlet Centers
- NOVA CATEGORIA — **Tecnologia e Inovação**
- Novos Empreendimentos
- Expansão e Revitalização
- Newton Rique de Sustentabilidade
- Gestão de Equipes
- Melhor Shopping para trabalhar

PARTICIPE COM O SEU CASE

INSCRIÇÕES ABERTAS ATÉ 06/06

A MAIOR NOTA ENTRE TODAS AS CATEGORIAS LEVARÁ O VENCEDOR A RECON 2019 — THE GLOBAL RETAIL ESTATE CONVENTION

NOVIDADE: ESSE ANO A CERIMÔNIA SERÁ EM FORMATO **JANTAR**

DATA: 14 de agosto • LOCAL: São Paulo Expo • Início às 19h

EVENTO SIMULTÂNEO À EXPOSHOPPING E CONGRESSO INTERNACIONAL DE SHOPPING CENTERS

MAIS INFORMAÇÕES: 11 3506.8300 | premio@abrasce.com.br

PATROCÍNIO EXCLUSIVO

GOCIL SEGURANÇA E SERVIÇOS

Pensou shopping pensou ABRASCE

www.abrasce.com.br

ABRASCE
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS

A IMPORTÂNCIA DE POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMPLIANCE PARA SHOPPING CENTERS

Desde o advento da Lei Anticorrupção em 2013, é possível verificar uma escalada de preocupação das empresas com relação ao tema de compliance nos últimos 5 anos. Fato é que o tema entrou na ordem do dia do país, independentemente do porte e faturamento das empresas.

A preocupação de maiores sanções por violações de normas anticorrupção e suborno, alinhada com o risco reputacional, que é cada vez maior em uma sociedade mais digital e conectada, faz com que as empresas queiram ficar longe de qualquer problema que possa afetar sua marca e sua respeitabilidade no mercado.

É importante destacar que o fato de uma empresa não participar de licitações ou ter pouca interação com o setor público não significa que ela esteja imune a riscos: a Lei Anticorrupção destaca que qualquer tipo de conduta, direta ou indireta, que possa trazer alguma vantagem indevida em uma interação com o setor público é passível de responsabilização.

Ainda que uma empresa não execute obras ou venda serviços ao governo, ela interage com o setor público na obtenção de licenças, alvarás ou autorizações, além de também lidar com o lado da fiscalização trabalhista e tributária. São exemplos de situações que podem estar mais próximas da realidade dos shopping centers e que afetam toda a cadeia do setor. O escândalo do Imposto sobre Serviços (ISS) que ocorreu no Município de São Paulo em 2013 e afetou diversas construtoras e incorporadoras demonstra, ainda que de maneira pontual, que qualquer grau de interação com o setor público pode trazer riscos para a empresa para fins de Lei Anticorrupção.

Por essa razão, faz-se relevante a instituição de um robusto programa de compliance, com políticas e processos tendentes a evitar ou mitigar quaisquer tipos de riscos oriundos de interações com o setor público. Nesse sentido, é importante a elaboração de políticas de brindes, entretenimento e hospitalidades, conflitos de interesse, prevenção a cartel e outras práticas anticompetitivas – apenas para trazer alguns exemplos –, para que essas regras estejam bem claras dentro da organização e também para clientes e fornecedores.

Procedimentos robustos de compliance também se fazem imprescindíveis, tais como due diligence de terceiros, revisão de contratos para inserção de cláusulas e obrigações anticorrupção, implantação de canais de denúncias, comunicação e treinamentos corporativos em compliance

** Sócio da Braga Nascimento e Zilio Advogados Associados*

Por_**ANDRÉ CASTRO CARVALHO**

(aqui também para ficar com alguns exemplos), a fim de que a empresa não seja afetada por violações que exponham falhas em seus processos internos. E, finalmente, não se pode esquecer que um programa de compliance é um processo contínuo: após a sua estruturação e implantação, é relevantíssimo o monitoramento e a eventual revisão anual para garantir a efetividade do compliance na organização.

Um ponto derradeiro a se destacar é que o compliance não serve apenas para fins de proteção interna (tal como exposto até aqui), mas existe também um efeito externo importante: há um aspecto comercial do compliance que vem ganhando força no Brasil.

As grandes empresas e multinacionais estão exigindo a adoção de um robusto programa de compliance para poder contratar ou manter contratos com terceiros. Por exemplo: uma grande empresa nacional ou multinacional pode, na sua decisão de investimento de abrir ou não uma filial em um shopping center, exigir a comprovação de existência de um compliance potente e efetivo.

> "Não se pode esquecer que um programa de compliance é um processo contínuo"

Portanto, shopping centers que não se adaptarem a essa realidade podem perder negócios para concorrentes que estejam mais estruturados sob o aspecto de compliance, tendo em vista que essas empresas preferirão fazer negócios onde exista menos risco de compliance para elas.

FIQUE LIGADO!

A Lei nº 7.753/17, em vigor desde 21 de novembro de 2017, torna obrigatória a presença de mecanismos de integridade para empresas que façam negócios com a administração pública no estado do Rio de Janeiro. Em 2 de fevereiro de 2018, a Lei nº 6.112/18 trouxe as mesmas exigências para contratos com qualquer esfera da Administração Pública do Distrito Federal.

O VIRTUAL É A REALIDADE

EXIGÊNCIA DO PÚBLICO POR CONEXÃO CONSTANTE DERRUBA BARREIRAS ENTRE O DIGITAL E O REAL E TRAZ UM NOVO TEMPO PARA O SETOR

Como você fica quando deixa o celular em casa? Perdido e desconectado? Essas sensações são mais do que normais, tendo em vista que hoje usamos o smartphone para nos guiar do momento de despertar até voltar para a cama. O aparelho se tornou um item de primeira necessidade, uma extensão do nosso próprio corpo, e esse modo de interagir com o mundo impactou de forma definitiva as relações humanas e, consequentemente, os negócios. Os shoppings, como centros de compras, entretenimento e convivência, não poderiam ficar longe deste contexto e abraçaram de vez as novas tecnologias.

Recente pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostra que o país conta com 116,1 milhões de internautas, sendo que 94,6% deles acessam a web pelo celular. E os aplicativos de mensagens já fazem parte definitiva da comunicação das pessoas. Mais de 92% delas entram na rede para trocar ideias por meio de texto, voz ou vídeo. Assistir a programas, séries e filmes é outra finalidade buscada por 76,4%. Como se vê, os brasileiros não largam mais o celular, e os shoppings precisam acompanhar essa realidade tanto no dia a dia, fornecendo, por exemplo, rede Wi-Fi de qualidade, quanto em situações especiais, como na realização de grandes eventos. Ações promovidas recentemente pelos empreendimentos com celebridades da web comprovam que as fronteiras entre os mundos on-line e off-line sumiram. Em uma delas, a decoração de Natal do Minas Shopping, em Belo Horizonte, foi planejada pelo youtuber Marco Túlio, do canal AuthenticGames, e levou uma multidão ao empreendimento. O mesmo ocorreu em um lançamento conduzido pela vlogger Niina Secrets no Shopping Eldorado, em São Paulo. Uma interação com o universo digital que veio para ficar. Acompanhe!

Sem fio e sem limitações

Permitir que os frequentadores estejam 100% on-line por meio de uma rede eficiente só traz vantagem aos shoppings. É o que pensa Aureo Fittipaldi Costa, CEO da Think Digital, empresa que presta serviços para mais de 60 empreendimentos em todo o país. "Os visitantes permanecem mais tempo no shopping, o que pode aumentar a receita dos lojistas, além de fidelizar o público e gerar indiretamente menos vacância", ressalta.

Ricardo Hobbs, diretor de marketing e produtos B2B da Telefonica/Vivo, que atende mais de 250 centros de compras, concorda e destaca o uso das informações captadas por meio do cadastro dos usuários que desejam acessar a rede Wi-Fi. "Os administradores e lojistas podem se beneficiar de dados que auxiliem a tomada de decisão para melhorar a conversão de vendas em função do correto público e perfil que constantemente visita o local."

SEGUNDO PESQUISA REALIZADA PELA GLOBAL MOBILE CONSUMER EM 2017, O WI-FI SE CONSOLIDOU COMO A CONEXÃO MAIS USADA PARA ACESSO A INTERNET PELOS BRASILEIROS

MAIOR GAMER DO BRASIL

Com 13 milhões de inscritos em seu canal AuthenticGames, o mineiro Marco Túlio foi o primeiro youtuber do mundo a ser tema da decoração de Natal de um shopping center. Desenvolvido em parceria com o Minas Shopping, o projeto foi inédito na história do grupo AD Shopping. Até então, nunca uma pessoa havia substituído o bom velhinho. "Foi uma experiência totalmente nova. No dia da abertura, foram aproximadamente 3 mil pessoas. No decorrer do mês, fiz aparições surpresa disfarçado de Papai Noel. Era engraçado ver a reação das pessoas", relembra Túlio. Neste período, o empreendimento teve aumento de 41% no fluxo, 16% no ticket médio e 15% em mídia espontânea. Para 2018, o Natal do AuthenticGames deve estar presente em mais shoppings, pois agora firmou uma parceria de licenciamentos com a 2 a 1 Cenografia. Com cinco livros publicados e mais de 500 mil cópias vendidas, Túlio também faz sessões de autógrafos em livrarias. No lançamento do primeiro título, no início de 2016, no Minas Shopping, 8 mil pessoas compareceram para prestigiá-lo. É o youtuber que mais vendeu livros no Brasil. "A editora prioriza as unidades dentro

ELLUS SECOND FLOOR

Marco Túlio é o youtuber que mais vende livros no país

de shoppings, e o bom disso é que as pessoas já estão habituadas com o local, é de fácil acesso, e conseguem ficar mais tranquilas", diz. O título *AuthenticGames – Vivendo uma Vida Autêntica 2* (Editora Astral Cultural) saiu no início deste ano e trouxe muito movimento a cada sessão de autógrafo. O jovem de 21 anos também é um fenômeno no palco. O show *AuthenticGames Festa dos Youtubers* já percorreu 42 cidades e reuniu um público de mais de 130 mil pessoas. Além de casas de shows, há apresentações em shoppings. O mais marcante até agora foi no Bourbon Shopping, em Porto Alegre, RS. A parceria era como o supermercado Záfari e o empreendimento. A cada R$ 300 em compras, o cliente ganhava um ingresso. Em menos de três dias, esgotou a primeira sessão. Em 28 de julho de 2018, será a estreia de uma nova temporada: *AuthenticGames – Aventura no Circo*. Há seis anos publicando vídeos sobre games, seu canal é ponto de encontro de milhões de crianças e adolescentes, de 4 a 15 anos. A atividade, que começou por hobby e diversão, hoje, é um grande negócio, mas o youtuber não perde sua essência de saber como falar com o público infantojuvenil e se preocupa com o conteúdo de suas publicações. "Sempre tento passar boas mensagens e bons valores, influenciando meus seguidores de uma forma positiva e para o bem", reforça. No ano passado, também lançou sua linha de bonecos em parceria com a Zrtoys e já foram vendidas cerca de 60 mil unidades até março de 2018. Na linha de licenciamentos, fechou outras parcerias com lançamentos previstos para este ano. Terá chinelo e chuteira da Grendene, mochilas, lancheiras e estojos da Sestini e linha de vestuário na C&A e na Marisa.

AUTHENTICGAMES

- YouTube | 13 milhões de inscritos
- Facebook | 1,7 milhão de curtidas
- Twitter | 1,3 milhão de seguidores
- Instagram | 1,3 milhão de seguidores
- Shoppings que mais frequenta: BH Shopping, Paragem e DiamondMall

MAIOR CANAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Quase 1 mil pessoas à espera de um autógrafo e mais de 8 horas em pé sem poder sair do lugar para atender cada um dos fãs no Grand Plaza Shopping, em Santo André, SP. É esta a lembrança mais marcante que o casal Iberê Thenório, 36 anos, e Mariana Fulfaro, 34 anos, tem dos eventos do Manual do Mundo. "Havia um número de senhas, só que foi muito mais gente, então, resolvemos atender todo mundo até que acabasse a fila. Ficamos dando autógrafos e tirando fotos até 22h30, sem ir ao banheiro e sem comer", relembra Thenório. "Já estávamos muito cansados, mas olhávamos para cada criança e não tinha como ir embora", complementa Mari. No total, foram oito encontros como esse. "Não dá para fazer mais do que isso por ano porque não aguentamos. É como jogar uma final de campeonato, pois nos entregamos totalmente", diz Thenório. O evento passou por seis cidades: Londrina, PR; Goiânia, GO; Rio de Janeiro, RJ; Santo André, SP; São Paulo, SP; e Uberlândia, MG.

Com quase 10 milhões de inscritos no canal, o Manual do Mundo completa 10 anos em 2018. Os vídeos são cada vez mais elaborados e, para isso, a produtora conta com uma equipe de 15 colaboradores. São 1.400 vídeos publicados e, com tanto conteúdo no ar, o maior desafio da dupla é que o assunto seja interessante para eles também. Há experimentos, mágicas, receitas, dicas de utilidades para a casa e tudo o que a imaginação deixar. Para poder trazer temas instigantes, o casal faz uma

Iberê e Mariana celebram 10 anos do canal

MARIANA FULFARO: CALÇA, TWENTY FOUR SEVEN; CAMISA, POP UP IBERÊ THENÓRIO: CAMISA, CATAMARAN; CALÇA, ACERVO DA PRODUÇÃO

grande pesquisa e, algumas vezes, conta com a consultoria de especialistas. Ele é jornalista, e ela, terapeuta ocupacional. Os dois são de Piedade, interior paulista, mas foi durante a universidade que se conheceram na maior cidade do país e decidiram criar o canal, cuja ideia inicial era ser uma grande enciclopédia em vídeo. Jamais imaginaram que o YouTube os levaria para um caminho tão promissor.

Em 2014, lançaram o livro *Manual do Mundo – 50 experimentos para fazer em casa* (Editora Sextante) e fizeram algumas sessões de autógrafos. "Sempre pedimos para a editora escolher as livrarias situadas dentro de shoppings por conta da infraestrutura", diz Thenório. Até o momento já foram vendidos 70 mil exemplares. Para este ano, estão preparando outro lançamento.

De 5 de abril a 13 de maio, eles poderão ser vistos no Shopping Ibirapuera, em São Paulo, SP, com o espaço do Manual do Mundo. "É a única oportunidade que temos de conhecer quem acompanha o canal, pois não temos como organizar uma estrutura como a de um shopping: segura, com estacionamento e praça de alimentação", dizem. Aliás, eles também preferem fazer alguns programas somente nestes locais, mas tentam manter o máximo de discrição para não gerar tumulto. "Como frequentamos basicamente três shoppings, já conhecemos bem cada ponto, então, vamos direto para onde queremos. Aliás, gostamos muito de ir com a nossa filha Helena, de 2 anos, por ser mais seguro."

MANUAL DO MUNDO

- YouTube | 9,87 milhões de inscritos
- Facebook | 1,3 milhão de curtidas
- Instagram | 492 mil seguidores
- Twitter | 118 mil seguidores
- Shoppings que mais frequentam: Eldorado, Villa Lobos, Iguatemi e Esplanada Sorocaba

A Tim Brasil informa que há diversas ferramentas e soluções disponíveis no mercado para análise de dados, como big data, media over e geolocalização. Com esses recursos, é possível obter informações estatísticas, como faixa etária, gênero, data, hora, região de acesso e conteúdos assistidos, possibilitando a interpretação do comportamento dos usuários, a fim de construir produtos e ofertas mais aderentes ao perfil e às necessidades dos consumidores.

Para garantir a segurança dos visitantes na rede sem fio, as empresas se valem de sotwares e hardwares avançados. Além disso, para o usuário utilizar a rede é necessário o preenchimento de um cadastro com termos baseados no Marco Civil da Internet.

A proteção é realmente importante, já que o acesso às redes wirelles só cresce. "A utilização delas está diretamente ligada à qualidade do serviço e da estratégia de divulgação do shopping. O crescimento comparado a cada ano é expressivo e acima de 30%", afirma o CEO da Think Digital.

REFERÊNCIA NO SEGMENTO DE BELEZA

A blogueira e youtuber Niina Secrets já perdeu a conta de quantos eventos realizou em lojas e shoppings. Em março, lançou seu nécessarie em parceria com a Sephora, no Shopping Eldorado, em São Paulo, SP. Na ocasião, deu dicas de make express para mais de 500 fãs e vendeu 390 kits. "O lançamento foi megaespecial, porque a marca me acompanha desde o início da minha carreira. É a primeira parceria deles com uma influenciadora digital brasileira. É muito legal poder conhecer quem me acompanha, porque na internet vemos apenas os números e o nome da pessoa. Você não sabe realmente quem é", diz. Em breve, Niina fará o lançamento do produto em uma operação da Sephora em Salvador, BA, e já tem programado para maio o lançamento do seu batom pela MAC, que será realizado em três shoppings, sendo que o Top Center, de São Paulo, SP, já está confirmado. De todos os eventos que participou, o mais marcante aconteceu no Shopping Eldorado, no ano passado, durante o lançamento de pingentes e pulseiras da Monte Carlo Joias. Niina e mais quatro youtubers receberam fãs que compraram os produtos na pré-venda. Uma multidão se aglomerou para vê-las. "Tinha uma estrutura com um palco muito legal e o shopping parou", relembra. Segundo ela, com algumas exceções, os eventos fora de São Paulo são os que mais bombam já que é mais raro ter a presença de influenciadores. A youtuber se recorda de um bate-papo que realizou durante o lançamento do concurso de moda no Parque Shopping Belém. "Tinho sido minha primeira visita à cidade e eu jamais imaginava que tinha seguidores lá. Foi incrível."

Niina decide em conjunto com a marca as cidades que visitará. "Analisamos os munícipios mais relevantes e engajados e a empresa define o shopping, porque é o local onde as pessoas se sentem mais seguras e confortáveis. Além disso, gera engajamento nas redes sociais do empreendimento e, para mim, resulta em novos seguidores."

Com 23 anos, ela posta vídeos desde os 16 e tem como principal público mulheres, de 18 a 25 anos, que estão na universidade, no primeiro emprego ou indo morar sozinha. "Minha rotina de trabalho é bem interessante e conto com uma equipe de cinco pessoas, além de assessora de imprensa, contadora, advogada e empresária".

Seu maior desafio é se renovar a cada dia porque, no mundo digital, o risco é cair na rotina e o conteúdo ficar monótono e repetitivo. "Geralmente, faço uma programação quinzenal, mas,

Niina tem 23 anos, mas posta vídeos desde os 16

IDO, ELLUS SECOND FLOOR

ao mesmo tempo, este universo é muito rápido. Se acontece um lançamento inovador, preciso parar tudo e falar sobre isso". Ela compartilha tudo sobre sua vida também e, como se casará em maio, não poderia ser diferente. Além de dicas de beleza, moda, dieta e decoração, alimenta um diário da noiva com todos os preparativos para esta data.

NIINA SECRETS

- YouTube | 2,9 milhões de inscritos
- Facebook | 1,1 milhão de curtidas
- Instagram | 2,9 milhões de seguidores
- Pinterest | 108 mil seguidores
- Twitter | 26,6 mil seguidores
- Shopping que mais frequenta: Bourbon Shopping, em São Paulo

Sempre ligados

No mundo de hoje, acabar a bateria do celular é um pesadelo. Para poupar os consumidores dessa situação desagradável, surgiram empresas como a ChargeBox, que oferece serviço de recarregamento. Presente em 25 shoppings do país, a companhia disponibiliza totens com cabos originais que se adaptam a todos os smartphones e lockers blindados com chaves especiais sextavadas e codificadas que impedem furtos.

De acordo com Gabriela Haddad, CEO e fundadora da ChargeBox, a dependência dos consumidores com relação a aplicativos de troca de mensagens, serviços de transporte e de GPS exige dos shoppings a oferta de serviços de recarga. "Eles atraem e retêm os clientes e, por consequência, geram mais consumo e permanência no shopping. Além, é claro, desta gentileza urbana resultar em mídia social espontânea e satisfação dos frequentadores", conclui Gabriela.

A INTERNET NO BRASIL*

- 116,1 milhões de usuários
- 92,6% dos domicílios brasileiros contam com um celular com acesso a internet, o que significa 69,3 milhões de lares
- 64,7% das pessoas acima dos 10 anos utilizam a rede
- 63,8% dos homens e 65,5% das mulheres navegam na web
- 94,6% dos acessos são via celular, 63,7% por microcomputador, 16,4% por tablet e 11,3% por TV
- 94,2% entram na web para usar aplicativo de mensagem (texto, voz e imagens)
- 76,4% assistem a vídeos, programas, séries e filmes
- 73,3% conversam por chamadas de voz ou vídeo
- 69,3% enviam ou recebem e-mail

*Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada em 2016 e divulgada pelo IBGE em março de 2018.

LUGAR DE RESPEITO

APÓS SEIS MESES DE MONITORAMENTO DE VAGAS PARA IDOSOS E DEFICIENTES EM SÃO PAULO, MULTAS PASSAM DE 1.300 E NÚMERO DE CARTÕES EXPEDIDOS AUMENTA 330%

Por_**PAULA ANDRADE**

Estacionar nos shoppings e nos supermercados deveria ser uma atividade corriqueira para idosos e pessoas com deficiência. De acordo com as resoluções 303/08 e 304/08 do Conselho Nacional de Trânsito (Contran), os estabelecimentos comerciais precisam destinar 5% das vagas existentes para os maiores de 60 anos e outros 2% para cidadãos com necessidades especiais. Lugares, teoricamente, não faltam, mas senso de cidadania, sim. Para garantir o respeito ao uso das vagas especiais, duas importantes leis foram criadas: a nº 13.146/2015 e a nº 13.281/2016 (que ampliam o monitoramento e tornam mais rígidas as punições de trânsito). Deste modo, a fiscalização pelos agentes da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET) da capital paulista passou a valer em 1º de setembro de 2017. Pouco mais de seis meses após a vigência da medida, acompanhamos os benefícios trazidos por ela aos empreendimentos e à sociedade.

Gisele Pimentel, gerente jurídica e compliance da Abrasce, explica que, antes da legislação, os shoppings não possuíam autonomia para solucionar o problema. “O setor sempre se ateve ao tema, fazendo campanhas de conscientização, como ‘multas morais’ e colagem de adesivos nos veículos dos consumidores que desrespeitavam as vagas especiais, a fim de remediar o problema. No entanto, com a vigência da lei, os shoppings ganharam um aliado de peso (o Poder Público), intensificando, com a prerrogativa de fiscalizar e autuar os infratores que estacionam os veículos indevidamente, a atuação e o controle da correta utilização dessas vagas”, enfatiza.

Quem desrespeitar os espaços destinados a idosos e deficientes paga multa de R$ 293,47 e recebe sete pontos na carteira de motorista (infração gravíssima). Com a efetivação da lei, os shoppings ajustaram rapidamente a sinalização dos estacionamentos. “Em questões operacionais, ficou mais evidente o arranjo das ‘vagas especiais’, facilitando, portanto, a identificação por parte dos consumidores. Além do mais, os shoppings numeraram os referidos espaços, a fim de deixar clara a existência deles, assim como tornaram possível a constatação de eventual infração de trânsito, facilitando o trabalho desempenhado exclusivamente pelos agentes ligados aos órgãos competentes”, acrescenta Gisele.

Avanços importantes

À frente da Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência da Prefeitura de São Paulo, Cid Torquato demonstra contentamento com o andamento da lei. “Com o início da aplicação da multa, os munícipes passaram a dar mais atenção ao assunto e começaram a se regularizar, pois não basta apresentar o RG para provar que é idoso ou que possui alguma deficiência, é obrigatório ter o cartão de identificação. A procura por eles cresceu mais de 330%”, revelou.

Até julho de 2017, o Departamento de Operação do Sistema Viário (DSV) emitia cerca de 300 cartões por dia. Com o início da fiscalização, os atendimentos passaram para 1.300.

A FISCALIZAÇÃO EM NÚMEROS

- 1.319 multas aplicadas (1.192 por desrespeito às vagas de idosos e 127 para pessoas com deficiência) em 6 meses;
- 83 shoppings e supermercados monitorados;
- 129.830 cartões de estacionamento para idosos emitidos em 2017 (aumento de 97,6% ante 2016);
- 27.567 cartões para idosos e 1.958 cartões para deficientes solicitados apenas nos três primeiros meses de 2018.

FOTO_DIVULGAÇÃO

“O INÍCIO DAS MULTAS É APENAS UM DOS PONTOS DESSE PROCESSO. TODAS AS AÇÕES SOMADAS NÃO VÃO FAZER SOMENTE COM QUE AS VAGAS SEJAM RESPEITADAS, MAS QUE, TAMBÉM, AS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA PARTICIPEM CADA VEZ MAIS DA SOCIEDADE”

CID TORQUATO

Quem desrespeitar as vagas especiais recebe multa de R$293,47 e soma sete pontos na carteira de habilitação

FOTO_DIVULGAÇÃO ÍNDIGO

"Desde setembro de 2017, acompanhamos todas as ações, em parceria com a CET. Realizamos 28 blitz em shoppings e demais estabelecimentos da capital. Em março, completamos seis meses da campanha e, até agora, em números gerais, 1.319 motoristas foram multados, sendo 1.192 por desrespeito às vagas de idosos e 127 para pessoas com deficiência", informa Torquato.

Segundo o secretário, o número de queixas vem aumentando à medida que a população sabe sobre a campanha e se engaja. Para denunciar o uso irregular da vaga, o cidadão ou a administração do estabelecimento pode acionar a CET pelo telefone 1188.

"A ABRASCE APOIA A INICIATIVA, DESTACANDO O SETOR DE SHOPPING CENTERS COMO UM DOS PRINCIPAIS ATORES DE FOMENTO NESTE QUESITO, AGINDO CONSTANTEMENTE NA VANGUARDA DO ASSUNTO, POR MEIO DE MEDIDAS EDUCATIVAS E AÇÕES DE CONSCIENTIZAÇÃO"

GISELE PIMENTEL, GERENTE JURÍDICA E COMPLIANCE DA ABRASCE

NECESSIDADE DE REGULARIZAÇÃO

Os cartões de estacionamento são concedidos pela prefeitura a idosos e pessoas com deficiência que têm a mobilidade comprometida. Trata-se de uma autorização para que possam estacionar em vagas especiais, devidamente sinalizadas. São exigidas cópias do RG, CPF, comprovante de residência e, no caso das pessoas com deficiência, laudo médico.

INDIGO

CRIANDO ESPAÇOS PARA O FUTURO

REFERÊNCIA EM ADMINISTRAÇÃO E INVESTIMENTOS EM ESTACIONAMENTOS.

Com conhecimento, tecnologia e capital internacional, oferecemos ao mercado as melhores alternativas de investimento para o crescimento do seu shopping center.

bit.ly/Indigo-mall (11) 3280-6834

Acre
Alagoas
Amazonas
Bahia
Distrito Federal
Espírito Santo
Goiás
Maranhão
Minas Gerais
Pará
Paraíba
Paraná
Piauí
Rio de Janeiro
Rio Grande do Norte
Rio Grande do Sul
Roraima
São Paulo
Tocantins

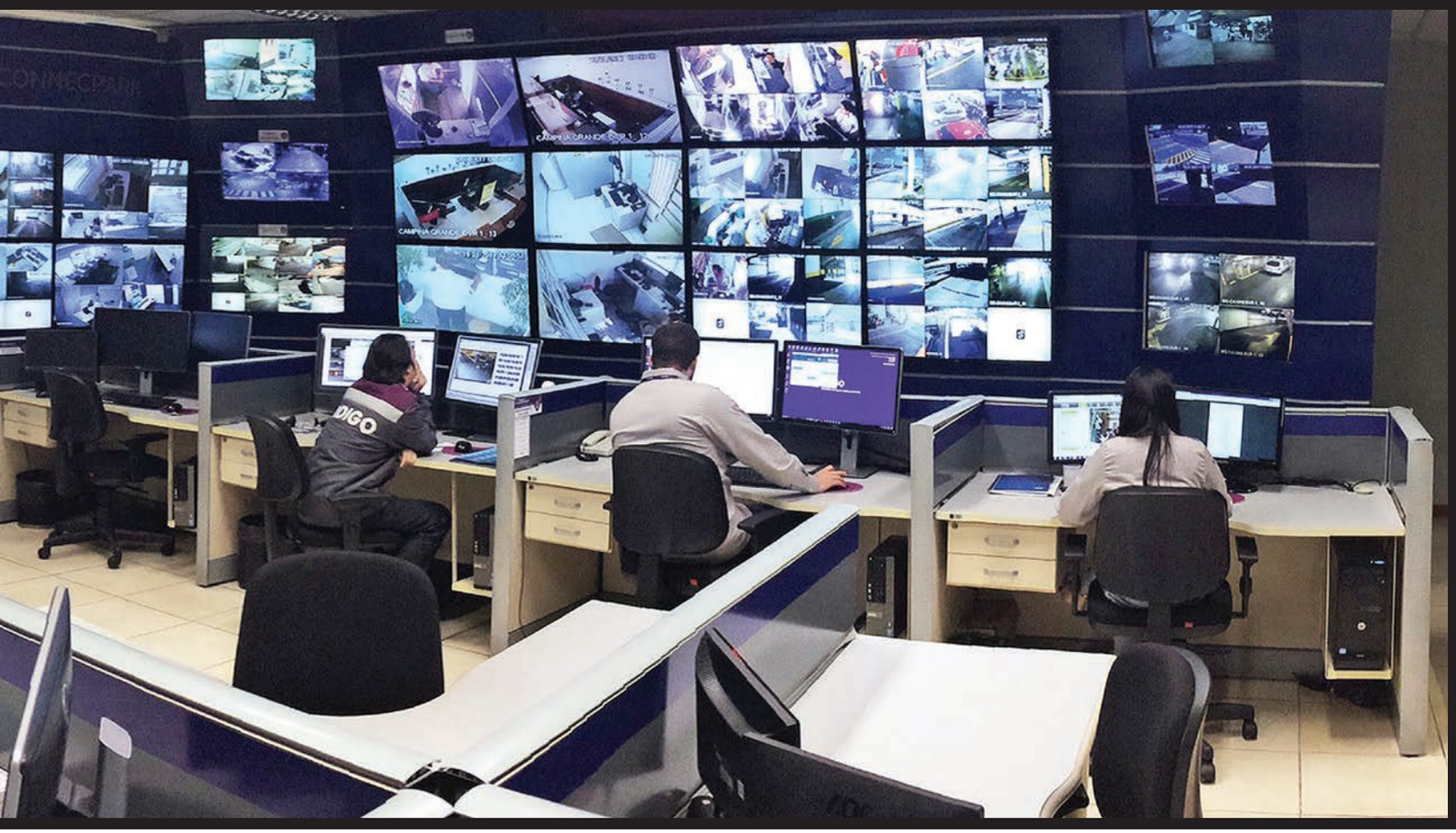
ConnecPark 3.0, da Indigo, localizado em Porto Alegre, RS

SEGURANÇA DO INÍCIO AO FIM

TECNOLOGIAS DE PONTA GARANTEM BOAS EXPERIÊNCIAS DENTRO DE ESTACIONAMENTOS EM SHOPPING CENTERS

Por_**SOLANGE BASSANEZE**

Hoje, o maior gerador de receita de um shopping center é o estacionamento, superando, inclusive, as lojas âncoras. São mais de 897 mil vagas espalhadas pelos 571 empreendimentos do país. É um serviço que mudou muito nos últimos anos com o emprego da automação e, cada vez mais, as empresas investem em tecnologia e arquitetura. A operação inteligente ainda gera dados analíticos interessantes para o shopping, como fluxo de veículos, horários de pico, taxa de ocupação e tempo de permanência dos usuários. Consultamos as principais empresas do segmento para mostrar o que há de mais novo em tecnologia.



Líder no segmento

Para conhecer de perto como funciona a gestão de um estacionamento, a Revista Shopping Centers aceitou o convite da Indigo e visitou seu Centro de Gestão e Administração Nacional, localizado em Porto Alegre, RS. Líder do segmento no país, a empresa conta com 89 operações em shopping, totalizando 128 mil vagas. Entre seus clientes, estão os grupos Sá Cavalcante, Partage, BRMalls e Sonae Sierra. O Shopping Parque D. Pedro, que tem o segundo maior estacionamento entre os malls do país, com 8 mil vagas, é administrado pela Indigo. "Para 2018, a meta é abrir cerca de 30 operações, tendo como foco principal shoppings e hospitais. Trabalhamos na linha de menor resistência, e a tomada de decisão de um shopping center para assumir a gestão é bem mais rápida, levando, às vezes, apenas três dias. Com hospitais, há casos que estou negociando faz três anos. Além disso, o shopping é mais resiliente à crise. No ano passado, o fluxo cresceu 6% nestes pontos", afirma Roque Perachi, CDO do grupo.

Para que pudesse atender em qualquer área do país, a Indigo investiu muito em tecnologia nos últimos cinco anos e profissionalizou todos os processos. Desta forma, o cliente consegue acompanhar a gestão de seu escritório central. Um dos principais diferenciais é o Connecpark 3.0, uma central de monitoramento que funciona 24 horas por dia e controla 70% dos 190 estacionamentos administrados pela empresa. ▶

FOTOS_DIVULGAÇÃO

O USO DE CÂMERAS COM INTELIGÊNCIA E MONITORAMENTO CONTRIBUI PARA A REDUÇÃO DE SINISTROS

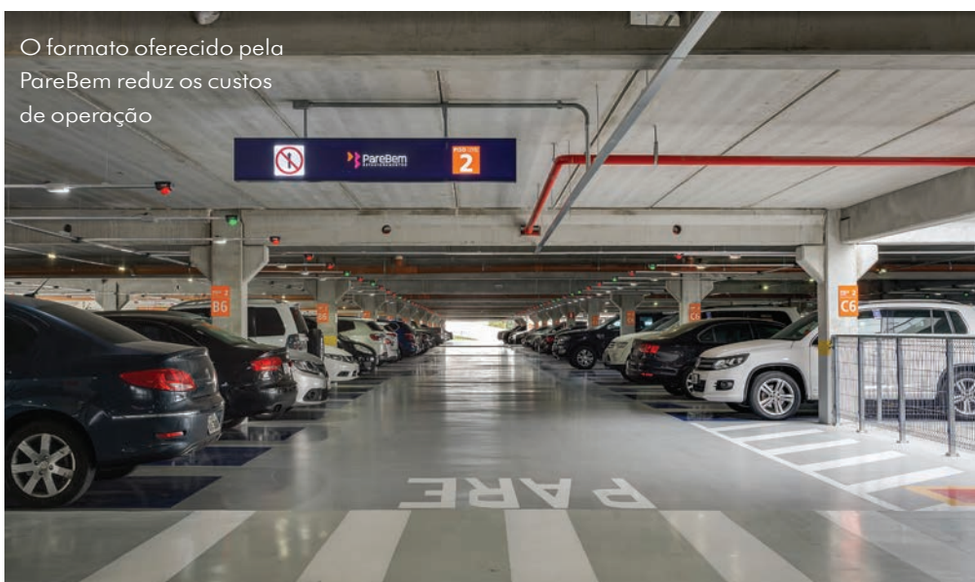
O local conta com o serviço do sistema Park Alarm, que permite a identificação do acesso de veículos suspeitos. “Com essa base cadastrada, quando esse automóvel acessa o estacionamento, um alarme é disparado para a central e o gestor do empreendimento é avisado. Como os colaboradores não são agentes de segurança, a orientação é apenas que fiquem próximo ao local. Em pouco tempo, este motorista vai embora. Com esta tecnologia, a empresa conseguiu reduzir o número de sinistros ocasionados por esses carros suspeitos”, explica Perachi. No caso de sinistro, o monitoramento por câmeras também ajuda a identificar se foi ocasionado dentro do estacionamento. Depois de sua abertura, o prazo para fazer o levantamento e dar uma resposta é de quatro dias.

Além disso, há o Park Auditor System, que controla as rotinas operacionais e proporciona a redução média de 30% do número de fraudes e sinistros. A Indigo mantém um departamento de arquitetura, o que deixa o projeto mais personalizado, e consegue resolver problemas de fluxo e sinalização de espaços já existentes. De acordo com Perachi, este modelo de estacionamento automatizado de hoje deve permanecer por mais 20 anos, haja vista o Brasil ser carente em infraestrutura, apesar de ter evoluído bastante recentemente. “Para o futuro, o acesso será o hands free e o lojista terá a possibilidade de isentar a taxa de estacionamento mediante compras.”

Administração com excelência

Detentora de uma das maiores plataformas de estacionamentos do Brasil, a PareBem é responsável pela gestão de cerca de 100 mil vagas distribuídas por 180 operações em 35 cidades do Brasil. No setor de shoppings, são 27 unidades, que somam 35 mil vagas. “Oferecemos a automação completa da operação que vai convergir para um modelo de controle a distância. O nosso Centro de Controle Operacional monitora remotamente e controla toda a operação das nossas garagens”, diz Marcelo Nunes, CEO da PareBem. Isso traz mais agilidade, melhor comunicação, mais segurança e a certeza de solução rápida de qualquer ocorrência.

Ações como emissão de segunda via de tíquete, abertura de cancelas, entre outras, são feitas remotamente pela central. O uso da tecnologia também garante transparência e acompanhamento de resultados, com informações em tempo real. Segundo



O formato oferecido pela PareBem reduz os custos de operação

Nunes, o segmento de shopping centers é o que apresenta maior índice de profissionalização na gestão dos estacionamentos, por proporcionar conforto e segurança para os usuários e por ser uma parcela significativa da receita. “Foi o que mais investiu e o que mais evoluiu nos últimos anos, por isso está sempre aberto e é o primeiro a adotar inovações. “Em 2017, os estacionamentos administrados pela empresa em shoppings apresentou um crescimento médio de 10% no fluxo.”

WPS OFERECE PLATAFORMA PARA PAGAMENTO POR MEIO DE APLICATIVO

Alta tecnologia

Com mais de mil sistemas instalados no Brasil, sendo 350 em shopping centers, a WPS tem lançado vários produtos e soluções inovadoras. Segundo Felipe Leandro de Macedo Soares Ferreira, gerente de marketing e vendas, a empresa desenvolveu um portfólio único de soluções para shoppings, que precisam de fornecedores com expertise e solidez empresarial e exigem qualidade e confiabilidade. Para melhorar a segurança, oferece uma solução de reconhecimento de placas, que traz benefícios como acesso sem cartão de usuários credenciados, controle e reemissão de tickets perdidos e cadastramento de placas indesejadas. “O sistema também é integrado com diversas empresas terceirizadas, gerando mais controle e confiabilidade na operação, evitando fraudes e aumentando a receita. Temos ainda o *live operator*, que permite monitorar diversas operações por meio de uma central de controle, com imagens das câmeras, comunicação via Voip para atendimento aos clientes e acionamento dos terminais e cancelas remotamente. Com ele, é possível reduzir o custo operacional e ainda ter o controle total dos estacionamentos gerenciados”, afirma Ferreira.

Para gerar receita extra, a WPS ainda tem o MídiaPark, que permite a publicação de vídeos promocionais nos terminais do estacionamento, e um dispositivo Android, que possibilita a validação de tickets nas lojas e a contabilização das ações via relatório gerencial, cujo funcionamento é on-line. “Para isso, basta o lojista adquirir o dispositivo com o shopping pelo período da sua ação promocional e definir o tipo de validação para estar pronto para proporcionar mais conforto para seus clientes.” ▶

Em expansão

Há três anos no Brasil, a Skidata possui sistemas em operação em três shopping centers e alguns ainda em fase de implantação. No mundo, tem mais de 4 mil instalações em empreendimentos. Como o setor traz muita visibilidade, a empresa tem a intenção de crescer neste segmento por aqui. Entre os lançamentos mais recentes, destacam-se os módulos de serviços, que aumentam

Shopping Catuaí Palladium, em Foz do Iguaçu, PR, tem 1.620 vagas e usa tecnologia da Skidata

a conveniência operacional e tornam o uso de equipe mais eficiente. Segundo Paulo Roberto Bonfim, diretor comercial, eles ainda proporcionam redução de gastos com TI, manutenção e upgrade. É uma empresa que oferece diversas tecnologias, como sistema para reserva de vagas, geração e envio de tickets eletrônicos e credenciais interativas, aplicação de abonos e descontos de tarifa de forma digital, relatórios com diversos dados e plataforma de fidelidade. "Temos um grande portfólio também para formas de pagamento com equipamentos, plataformas mobile e sistemas integrados, garantindo alto nível de eficiência, segurança de dados financeiros e conveniência aos usuários.

São soluções de alta tecnologia e qualidade certificada (ISO 9001 e ISAE 3402), que geram os resultados esperados. Nossos clientes obtêm mais lucratividade nas operações e convivem em um ambiente de excelência operacional", diz Bonfim. Para complexos multiusos, oferecem combinação do acesso por meio de múltiplas mídias, possibilidade de integração e validação sistêmica de vários estabelecimentos e ferramentas de gestão.

Novas soluções de automação

Presente em mais de 160 shoppings, a Nepos lançou, recentemente, o software de gestão Luminus, uma plataforma baseada na web, compatível com os requisitos de hardware e software do Spacenet, que suporta as mais novas versões de sistema operacional e banco de dados, além de adotar rigorosos critérios de segurança e auditoria.

"É um programa que otimiza a operação, o monitoramento e a gestão dos estacionamentos a partir de um só local, acessível a partir de um navegador web do seu computador, notebook ou tablet", afirma Gerardo Gómez, gerente comercial. Além disso, a empresa colocou no mercado uma estação automática que permite validar cartão avulso, revalidar mensalistas e fazer recarga de pré-pagos, mediante pagamento com dinheiro ou cartão.

O pagamento do estacionamento via aplicativo oferece conforto e praticidade para os clientes, pois não é preciso enfrentar filas ou mesmo procurar um caixa de pagamento. No entanto, a adesão ainda é muito baixa e a maior parte da validação dos tíquetes é feita em caixas físicos e máquinas de autoatendimento com cartões e dinheiro. A participação por TAGs também é expressiva em algumas cidades.

O equipamento tem tecnologia de reciclagem tanto de moedas como de notas, utilizando módulos compactos e seguros. O abastecimento de dinheiro é realizado sem abrir o cofre e a emissão de relatório de movimentação é automática. “Temos equipe própria de desenvolvimento de hardware e software, o que permite adaptações ou customizações específicas num curto prazo. Temos ainda suporte e serviços de pós-vendas, com corpo técnico próprio nas principais capitais do país, grande estoque de peças de reposição e pessoal altamente qualificado”, diz Gómez.

Tecnologia nacional

Atuante em todas as regiões do Brasil, a Embratecc também traz muitas soluções que tornam o uso do estacionamento inteligente. Segundo Tiago Ferreira, CEO da empresa, ter os produtos inseridos no segmento de shopping center faz com que o departamento de inovações atue de forma contínua para se antecipar às necessidades deste setor tão exigente.

Entre os serviços, destacam-se o sistema de captura de placas por meio de câmeras OCR. “Ele permite a identificação do acesso de veículos que possuem restrições registradas. Além de dispor de tecnologia de ponta para garantir uma alta precisão na leitura de placas no seu estabelecimento, detecta os veículos suspeitos, disparando um alerta na central de segurança e controle.”

A empresa também oferece um sistema de gerenciamento de monitoramento em tempo real, cujas principais funcionalidades são o cadastro de veículos credenciados, relatórios financeiros, estatísticas de permanência e movimentação e índices de ocupação de pátios. Para os complexos multiuso, a Embratecc tem diversas formas de integração para utilização de convênios com o estacionamento, desde ponto de vendas até liberação via QR Code, trazendo, assim, mais comodidade e segurança para os clientes.

O Hiper Shopping ABC, Petrópolis, RJ, utiliza tecnologia da Embratecc

POR AQUI PASSAM MAIS DE 300 MIL VEÍCULOS TODOS OS DIAS

EMBRATECC
SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

UMA EMPRESA BRASILEIRA COM TECNOLOGIA DE PONTA PARA UM MERCADO CADA VEZ MAIS EXIGENTE

SAE WEB

- GERENCIAMENTO EM TEMPO REAL;
- RELATÓRIOS GRÁFICOS E ESTATÍSTICOS;
- ANÁLISE DE ÍNDICE DE OCUPAÇÃO;
- VÁRIOS ESTACIONAMENTOS, UMA PLATAFORMA.

O PASSADO É HISTÓRIA, O FUTURO É AQUI!

WWW.EMBRATECC.COM.BR
0800 002 0205

O Bike Station do Shopping Estação tem lounge para descanso, bebedouro, calibrador digital e tomadas

PARA PEDALAR SEM MODERAÇÃO

EMPREENDIMENTOS CAPRICHAM EM BICICLETÁRIOS SEGUROS E CONFORTÁVEIS E INCENTIVAM O TRANSPORTE ALTERNATIVO

Por_**PAULA ANDRADE**

O estacionamento é uma preocupação constante para os ciclistas. Afinal, muitos estabelecimentos comerciais não têm espaço para as "magrelas", e deixá-las na rua é sempre um perigo. De acordo com o Cadastro Nacional de Bicicletas Roubadas, dentre as 30 cidades que divulgaram as ocorrências de furtos e roubos nos últimos seis anos, lideram o ranking, respectivamente, São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Brasília. Se depender dos shoppings, no entanto, o local de parada não será mais problema. Os malls estão investindo em bicicletários modernos, que oferecem uma série de benefícios aos usuários. A Revista Shopping Centers garimpou espaços interessantes Brasil afora que prometem motivar até os mais sedentários.

Presente aguardado

O Shopping Estação, situado na capital paranaense, já possuía um espaço para bicicletas bastante frequentado por clientes e funcionários. Mas, atendendo a pedidos, em janeiro de 2018,

por mês – sinal de que o novo bicicletário foi aprovadíssimo por consumidores e funcionários. Com área de 340 m², oferece 240 vagas e uma minioficina com calibrador de pneus e ferramentas básicas para auxiliar em pequenos reparos.

"Nossa cidade possui a maior ciclovia da Baixada Santista e a cada dia ganha novos adeptos. O shopping está em plena fase de expansão e sentimos a necessidade de ampliar nossos serviços para atender mais usuários. Além de muitos clientes, percebemos um aumento significativo de colaboradores, que começam a vir trabalhar de bike", conta Martinho Polillo, gerente geral do centro de compras.

o bicicletário foi remodelado para oferecer mais conforto e funcionalidade. Batizado de Bike Station, conta com 84 vagas, paraciclos ergonômicos, lounge, bebedouros, calibrador digital de pneus e totem com ferramentas. Outra novidade são os pontos de energia para abastecimento de modelos elétricos. "O Bike Station representa uma conquista em mobilidade urbana e sustentabilidade para toda a cidade", explica Larissa Pereira, coordenadora de marketing do Shopping Estação.

O espaço do Litoral Plaza Shopping pode receber até 240 bikes e tem diária de R$ 1

A diária custa apenas R$ 1 e a mensalidade para lojistas do shopping fica em R$ 10. A segurança foi levada em conta no momento da reforma e o bicicletário possui controle de acesso e monitoramento por câmeras de segurança 24 horas.

O maior da Baixada Santista

Localizado na Praia Grande, SP, o Litoral Plaza Shopping comemora o fluxo médio de 10 mil ciclistas

Do mall para a cidade

Grupos de ciclistas já fazem parte da paisagem do entorno do MorumbiShopping, na capital paulista. Para atender este número crescente de bikers, o empreendimento inaugurou, no início de 2018, um novo bicicletário, com 87 vagas (25 cobertas e 62 ao ar livre). O local de 336 m² é gratuito e funciona todos os dias, das 8h às 23h. Quem passar por lá já pode utilizar a pia, o guarda-volumes, a mesa e as ferramentas para pequenos reparos. ▶

FOTO_DIVULGAÇÃO

O Morumbi Shopping inaugurou recentemente seu bicicletário, que funciona diariamente, das 8h às 23h

"O bicicletário reflete o apoio do shopping à causa da mobilidade urbana em São Paulo e contribui para a revitalização de espaços públicos em seu entorno", afirma Doris Weinberg, superintendente do empreendimento.

Um é bom, dois é melhor

Desde 2014, os frequentadores do Shopping RioMar Fortaleza podem utilizar um bicicletário de 45,21 m². O alto fluxo no espaço motivou a abertura de outro. Em 2017, o mall inaugurou um novo estacionamento para bikes com 129,45 m². Os locais estão em áreas cobertas e são monitorados por câmeras 24 horas por dia. Com capacidade para 70 bicicletas, os locais são gratuitos e recebem em média 120 pessoas por dia.

"Além disso, contamos com uma estação de bikes compartilhadas do projeto Bicicletar, da Prefeitura de Fortaleza, que disponibiliza pontos em áreas estratégicas para facilitar o deslocamento de pessoas na cidade", completa Gian Franco, superintendente do mall.

Estrutura completa

"Belo Horizonte tem cada vez mais ciclistas que optam por esse meio de transporte pela qualidade de vida ou mobilidade urbana. Por isso, resolvemos dar nova cara ao bicicletário, com acabamentos de última geração que evitam danos às bicicletas", conta Daniel Vieira, superintendente do Boulevard Shopping BH.

Assim, os ciclistas que passam pelo mall encontram suportes de aço inoxidável, lavatório, bebedouro, assentos, local para fazer pequenas manutenções, um compressor de ar para calibrar pneus e guarda-volumes disponíveis no concierge. A grande notícia é que o local com 110 vagas tem acesso a um trecho da ciclovia ligada à Avenida Andradas, conferindo mais segurança no caminho até o estacionamento.

Em harmonia com o entorno

Próximo a um parque importante da zona leste paulistana, o ShoppingAnáliaFranco quis ampliar o bem-estar dos clientes. Tanto que em 2016 modernizou seu bicicletário. O local de 60 m² dispõe de 30 vagas com paraciclos em formato de "R", além de armários, pia, tomadas para modelos elétricos e ferramentas para manutenção. A área é vigiada por câmeras e, para acessá-la, é preciso interfonar para a central de segurança.

Quem utiliza o bicicletário do ShoppingAnália Franco tem à disposição ferramentas para pequenos reparos

Se você parou para ler esse texto, imagina a visibilidade e audiência que o seu anúncio pode ter aqui.
Anuncie na Revista Shopping Centers, a publicação oficial do setor. Entre em contato: novosnegocios@abrasce.com.br ou 11 3506-8300.

O CENTRO

CONJUGADO A HOTEL, TORRES CORPORATIVAS, EDIFÍCIOS RESIDENCIAIS E PARQUE, MALL DA ENASHOPP LANÇA CONCEITO DE LIFE CENTER NO PAÍS

FOTOS_DIVULGAÇÃO

DE TUDO

Por_**PAULA ANDRADE**

A capital paulista receberá um novo shopping em outubro de 2018. Nada de especial para uma cidade que concentra mais de 50 empreendimentos, certo? Errado. Concebido pela Enashopp, o Shopping Parque da Cidade promete inaugurar uma nova era no setor. Com 20 mil m² de ABL e 120 lojas, o local é muito mais do que um centro de compras, já que faz parte de um complexo com dez edifícios, que inclui torres residenciais e corporativas, o hotel de luxo Four Seasons e uma extensa área verde de 60 mil m².

"Ele traz o conceito de Life Center e conjuga as facilidades, o conforto e os serviços de um shopping ao ambiente tranquilo e saudável de um parque. A ideia surgiu no exterior, fruto das transformações no comportamento do consumidor. Até 2020, as gerações Y e Z representarão mais da metade do mercado, e esse público valoriza experiência, convivência e sustentabilidade. Com isso, torna-se imperativo que todo o ecossistema do varejo se reinvente para atender essas novas demandas", declara Edison Rezende, diretor da Enashopp. ▶

Focado na sustentabilidade, o projeto conta com amplo telhado verde

Altos negócios

Situado em uma área nobre de São Paulo, o Parque da Cidade promete trazer grandes benefícios para o entorno, onde passam diariamente 53 mil veículos e 120 mil pessoas. "A expectativa é chegar a um faturamento próximo de R$ 230 milhões por ano e ter cerca de 600 mil clientes circulando pelo empreendimento mensalmente. Lembramos que o tempo de maturação de um shopping é de três anos, portanto este índice deve ser alcançado em 2022", revela Rezende.

Além das vantagens econômicas, o complexo se destaca pelos vieses ecológico e social, ganhando a certificação Leed Neighborhood Development, destinada a empreendimentos capazes de impactar positivamente a sua região. "É o primeiro projeto da América Latina a receber esse reconhecimento. Ele foi inspirado no conceito de cidades compactas, com o intuito de proporcionar a integração entre as pessoas, sem muros ou barreiras para morar, trabalhar e se divertir", informa o diretor da Enashopp.

Por isso, o terreno ao lado do mall está sendo transformado em um parque linear aberto ao público, com 60 mil m² de área verde. O local contará com espelhos d'água, ciclovia e moderno sistema de informações (Information and Comunication Technology – ICT), que proporcionará acesso a dados como qualidade do ar, temperatura e situação do trânsito e dos principais meios de transporte coletivo.

A estimativa é que o mall receba a visita de 600 mil pessoas por mês

Diferenciais

Em busca do tripé qualidade de vida, entretenimento e praticidade, o mall investe mais em serviços. Por isso, contará com um Centro de Diagnósticos Albert Einstein que ocupará uma área de 2.500 m². Teatro e um grande complexo com salas VIP da Rede Kinoplex também chamam a atenção e devem ser pontos altos do local.

ESTAR **PREPARADO** É SEMPRE A MELHOR FORMA DE **PREVENIR**

INSCRIÇÕES ABERTAS ATÉ **20/04**

24.04
PALESTRAS DEBATES

25.04
SIMULADO
SHOPPING ELDORADO

CENESP

SEMINÁRIO DE SEGURANÇA 2018

ABRASCE

INTELIGÊNCIA A SERVIÇO DA SEGURANÇA

Imagens do **Simulado** 2017

PATROCÍNIO PLATINUM

GOCIL SEGURANÇA E SERVIÇOS

PATROCÍNIO DIAMANTE

grupo Verzani & Sandrini

segurpro

Pensou shopping pensou ABRASCE

PATROCÍNIO PRATA

celway · MOTOROLA · expresCOM · Honeywell THE POWER OF CONNECTED

APOIO INSTITUCIONAL

ABESE · ABSEG · abrevis · SESVE SP · SEGURANÇA eletrônica

ABRASCE
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS

abrasce.com.br

Mais informações **11 3506 8300** ou **seminarioseguranca@abrasce.com.br**

JÁ É NATAL!

SIM, A HORA DE PLANEJAR A DECORAÇÃO DE FIM DE ANO É AGORA

Por_**SOLANGE BASSANEZE**

Os showrooms das empresas natalinas ficaram prontos em março para atender os shoppings de todo o país e, mais uma vez, trouxeram muitas novidades, sempre com o objetivo de surpreender o público.

A Cipolatti, uma das maiores empresas do setor, escolheu o tema "Sonho" para 2018, o que demonstra otimismo mesmo diante do cenário de recuperação da economia. Segundo a diretora artística Conceição Cipolatti, as ideias apresentadas levam o cliente a realizar o desejo de fazer o melhor Natal de todos os tempos. "A grande novidade para este ano é a participação de artistas, como atores, bailarinos e cantores.

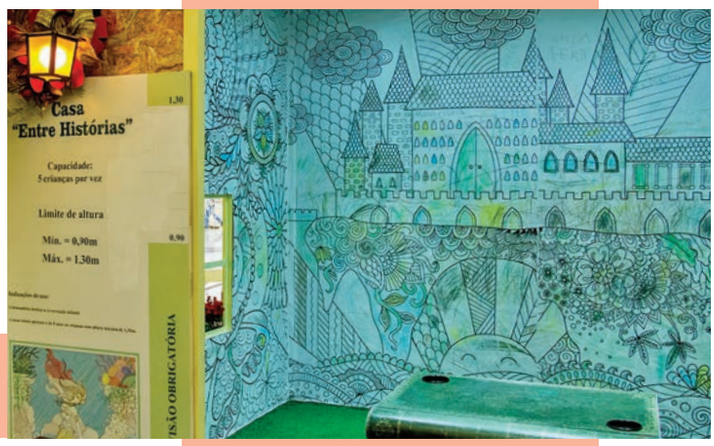
FOTOS_DIVULGAÇÃO

VISITE NOSSO
SHOWROOM 2018

dois a um®
cenografia

www.2a1.com.br

ND/C Group 2013 - todos os direitos reservados.



A decoração, criada pela Cipolatti no BarraShopping, simulou uma minicidade com várias atividades e brincadeiras para as crianças

Já trabalhamos com bonecos animatrônicos, games, tecnologia, realidade virtual e entretenimento, acredito então que trazer o ser humano só vai agregar a tudo isso. Também continuamos apostando em muitos brinquedos, sejam jogos eletrônicos ou de parque (escorregador, carrossel e montanha-russa), só que vamos deixá-los temáticos, como o trem-bala, representado por meio de balas de goma, ou o trem-tronco, que aparece no meio da floresta", revela Conceição. Além da interatividade, a aposta é uma decoração rica em detalhes, que valorize o Papai Noel, a árvore e o presépio. No ano passado, a empresa planejou e executou cerca de 130 projetos para shoppings.

Interatividade

Apresentações pontuais de shows voltados ao tema também continuarão em evidência este ano. "Os shoppings têm direcionado cada vez mais decorações interativas ligadas a cultura, música, dança e teatro. As paradas natalinas são solicitadas com mais frequência e adaptadas de acordo com a realidade e o espaço de cada cliente", complementa Silvia Doreto, diretora executiva da Thematic. Para organizar essa logística, a empresa faz parcerias com companhias de teatro, corais e orquestras. "Fora isso, temos nos preocupado sempre em trazer brinquedos ícones da infância, que não necessitem de assistência ou monitoria e que agradem meninos e meninas, como escorregadores, balanços e gira-gira", diz Silvia. Os cenários interativos geram um maior valor agregado ao projeto, mas precisam ser resistentes, por questões de segurança, e demandam mais manutenção.

Silvia Doreto, diretora executiva da Thematic, atendeu a 23 shoppings no ano passado e também foi responsável pela criação do Noeland, em Holambra, SP

O cenário Kitchen Lab ficou alinhado às estratégias do Fashion Mall neste projeto realizado pela C+E, segundo Sergio Molina

Fisidigital

Segundo Sergio Molina, CEO da C+E, a necessidade da interatividade em todos os shoppings se consolidou no ano passado e, por isso, a tendência continua sendo o uso de atrações físicas e digitais, o que vira um atrativo para motivar o consumidor a sair de casa e viver essa experiência. É a tecnologia mais avançada atrelada a uma storytelling. "Outro ponto importante é que os projetos de entretenimento no Natal estão cada vez mais integrados aos valores e às estratégias de cada empreendimento. Um bom exemplo disso é o Fashion Mall, que trouxe oficinas culinárias com diferentes receitas e, ao mesmo tempo, tinha escorregadores em formato de pimenteiro e saleiro. Como o shopping é reconhecido também pelas opções gastronômicas, fazer uma proposta de kitchen lab se mostrou bem interessante", diz Molina. Dos 58 shoppings atendidos em 2017 pela empresa, nenhum trouxe uma decoração apenas contemplativa. "Hoje, o sofisticado aparece nos elementos, nas cores, nos materiais", conta Molina.

A 2a1 Cenografia afirma que 2018 será o ano da tecnologia. "O Papai Noel continua sendo uma figura importante, mas começa a se tornar coadjuvante. Fora os personagens licenciados, o público terá uma imersão em realidades tanto virtuais como aumentada", reforça Caio Paulino, diretor de marketing da empresa. Apesar de a maioria contar com a interatividade por meio dos smartphones, há também decorações mais lúdicas, como oficinas e grandes brinquedos. "No ano passado, a mudança que pudemos sentir foi na procura por licenciados nos quase 60 projetos realizados – apenas dois tinham como tema somente o Papai Noel", afirma Paulino. Por isso, a missão é tornar o Natal cada vez mais surpreendente.

Da esquerda para a direita, Nelson Paulino, diretor de operações; Danielle Paulino, diretora comercial; e Caio Paulino, diretor de marketing, da 2a1 Cenografia

VIRE A PÁ

GINA!

APÓS FASE DE ESTAGNAÇÃO, SETOR DE LIVRARIAS PROJETA CRESCIMENTO E SE CONSOLIDA COMO IMPORTANTE OPÇÃO DE ENTRETENIMENTO NOS SHOPPINGS

Por_**PAULA ANDRADE**

FOTO_DIVULGAÇÃO

Que tal se esparramar na poltrona e embarcar numa fantástica história trazida por um livro? Da infância à terceira idade, o mundo mágico da leitura continua a conquistar gerações, e o melhor é que este prazer universal também foi transportado para os shopping centers. As livrarias se modernizaram nos últimos anos e, agora, além de estantes repletas, possuem café, área de descanso e espaço de eventos.

Elas não escaparam dos efeitos negativos da crise econômica vivida recentemente, mas já esboçam uma reação. “Sentimos uma queda, porém, após dois anos difíceis, o mercado está mais estável e, em 2017, já recuperou um pouco das vendas. Para 2018, apostamos em um crescimento do setor de 5%”, revela Marcus Teles, diretor da Associação Nacional de Livros (ANL) e presidente da Livraria Leitura. ▶

Otimismo no ar

A Saraiva segue a onda positiva do mercado. Com 102 lojas espalhadas em 17 estados e Distrito Federal, conta com mais de 90 unidades localizadas em shoppings. “Recebemos mais de 70 milhões de visitantes por ano. No plano de expansão estratégico da rede, devemos abrir novas lojas ao longo de 2018. As já confirmadas estarão no Recreio Shopping e no Ilha Plaza Shopping Patteo, ambos no Rio de Janeiro, e no Olinda Shopping, em Pernambuco”, destaca Avelino Nogueira, diretor de operações e expansão da empresa.

LANÇAMENTOS, SESSÕES DE AUTÓGRAFOS, ENCONTRO COM FÃS E CONTAÇÃO DE HISTÓRIAS INFANTIS SÃO ALGUMAS DAS ATRAÇÕES PROMOVIDAS PELA LIVRARIA SARAIVA. AO LONGO DE UM ANO, A REDE REALIZOU MAIS DE 4,7 MIL EVENTOS CULTURAIS EM SUAS LOJAS

FOTO_HUMBERTO SOUSA

A Saraiva recebeu 70 milhões de visitantes no último ano e confirma três novas lojas em shoppings em 2018

FOTO_LEONARDO FINOTTI

Outra rede que está pronta para inaugurar mais unidades é a Livraria da Vila. Somando dez lojas no país, sendo seis em shoppings, a empresa se prepara para abrir as portas em abril no Jardim Pamplona Shopping, na capital paulista. “Temos mais algumas cartas na manga para o segundo semestre. A grande novidade será conseguirmos manter ambientes agradáveis, com arquitetura arrojada, ótimos vendedores, dando aos clientes experiências prazerosas e agradáveis”, explica Flavio Seibel, diretor comercial da rede, acrescentando que as vendas de 2017 aumentaram com relação a 2016. Ele afirma que as operações situadas nos shoppings são fundamentais para a rede e destaca o investimento em lojas com cafés, teatros e auditórios, que são destinados a atividades infantis, clubes de leituras e encontros literários.

O presidente da Livraria Leitura acompanha o coro dos concorrentes e prevê a inauguração de, pelo menos, cinco lojas até o fim de 2018. A empresa, que celebra a compra da Rede Buks, reúne hoje 67 unidades, sendo 85% delas em centros de compras. “Temos 51 anos de história e somos líderes em vários estados. Acreditamos no ramo do livro e, apesar de toda a crise, continuamos investindo”, enfatiza Teles.

Unidades diferenciadas

Com um público cada vez mais exigente, as redes capricham no layout das lojas. A Saraiva destaca que desenvolveu um novo conceito para aprimorar a experiência do cliente e sua permanência no espaço. “Temos mesas estrategicamente posicionadas para promover a melhor exposição dos produtos. O piso e a iluminação também foram idealizados para tornar o ambiente mais confortável e aconchegante. Além de um local pensado especialmente para o público jovem, com ambiente diferenciado e identidade visual própria”, frisa o diretor de operações e expansão da empresa. Hoje, oito lojas da Saraiva já operam neste formato: Shopping Nova Iguaçu (RJ), Iguatemi Porto Alegre (RS), Iguatemi Alphaville (SP), Franca Shopping (SP), North Shopping (CE), Morumbi Shopping (SP), ParkShopping Canoas (RS) e Uberlândia Shopping (MG).

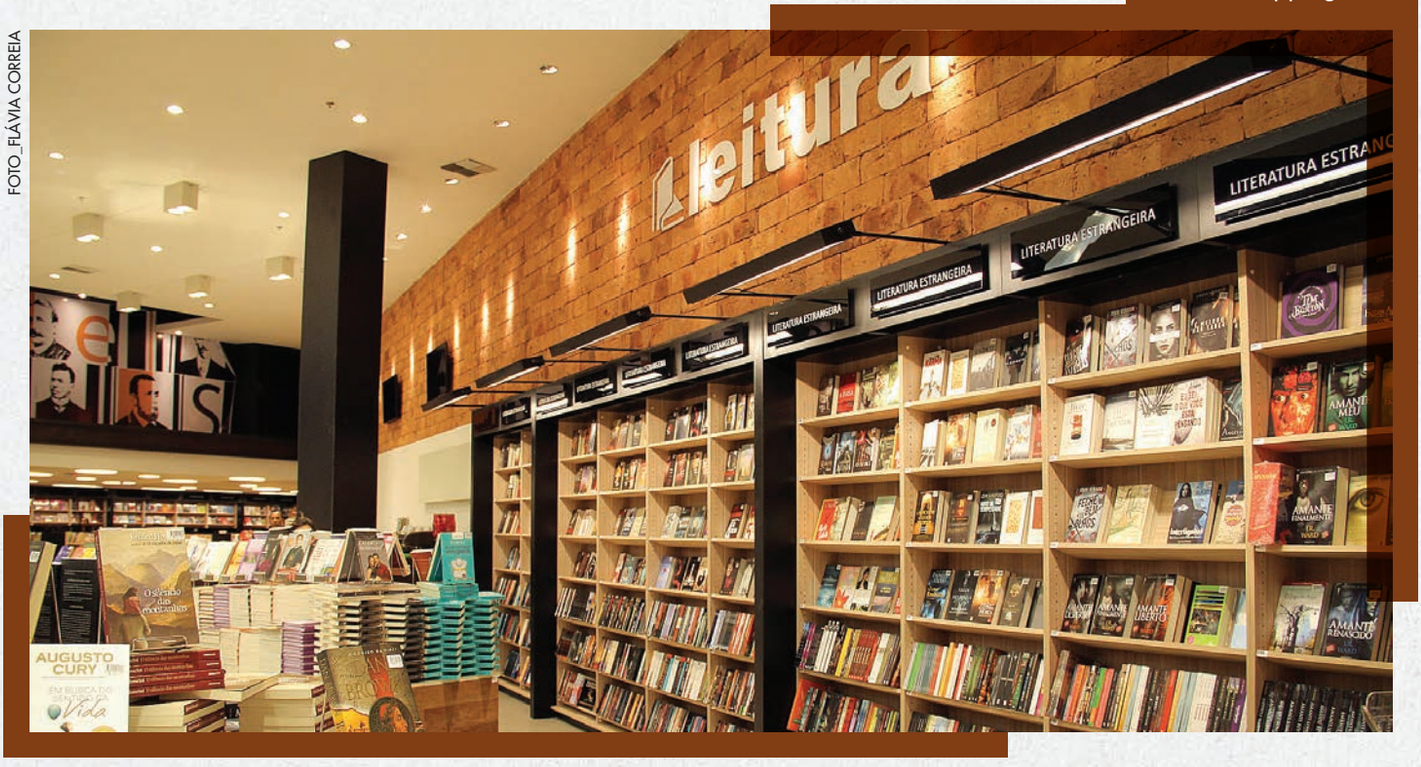
A Livraria da Vila, que soma dez lojas no país, inaugurará uma unidade no Jardim Pamplona Shopping, na capital paulista

Muito além do livro

Foi-se o tempo em que as pessoas iam às livrarias apenas para folhear páginas e comprar lançamentos ou clássicos da literatura. A diversificação do mix de produtos oferecidos é uma obrigação para as redes.

Livraria Leitura no Maceió Shopping

FOTO_FLÁVIA CORREIA



A Saraiva, por exemplo, afirma que há mais de 1 milhão de opções cadastradas para venda. Além dos livros e periódicos, oferece filmes, CDs, DVDs, Blu-Rays, games, itens de telefonia, informática e papelaria, brinquedos educativos e o LEV, e-reader da marca.

"A satisfação dos clientes tem a ver com a oferta de produtos e também com a experiência de compra, ao encontrarem um espaço onde podem passar o tempo de forma agradável com a família e os amigos. A rede investe, ainda, na oferta de um amplo portfólio de itens alinhados com a evolução tecnológica, como celulares e videogames. Nesse sentido, algumas unidades, por exemplo, possuem áreas dedicadas exclusivamente a essas experiências, com cockpit e notebook gamer, com diversos jogos para experimentação e produtos relacionados", reforça Nogueira.

Além da variedade de mercadorias, o diretor da ANL e presidente da Livraria Leitura aponta também a importância do preço deles, permitindo o consumo de mais pessoas. "O livro hoje é um produto acessível. É possível encontrar milhares de opções de obras e de outros produtos abaixo de R$ 19,90. Sabemos ainda que, muito além do valor vendido, o público considera a livraria como espaço de lazer. Incrível ver as crianças puxando os pais pelas mãos para levá-las até elas, e os shoppings, como um todo, valorizam estas redes", comenta Teles.

Chuva de eventos

Lançamentos, sessões de autógrafos, debates com autores e especialistas, leitura e encenação de histórias... As livrarias se tornaram palco para uma série de ações promocionais aguardadíssimas por adultos e crianças.

"A publicidade das lojas também está nos eventos, quando elas trazem grandes autores, artistas e cantores. A Leitura se concentra muito nestas atrações e as contações de histórias, por exemplo, fazem parte da agenda e têm horário fixo aos sábados. Na média, cada unidade nossa possui de cinco a dez eventos por mês", diz o presidente da rede.

> "ACREDITAMOS QUE AS LIVRARIAS CONTINUARÃO CRESCENDO NOS SHOPPINGS E QUE TENDEM A IR AOS MALLS COM PERFIL C E D TAMBÉM"
>
> MARCUS TELES, DIRETOR DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE LIVROS (ANL) E PRESIDENTE DA LIVRARIA LEITURA

CURVA ASCENDENTE*

- Nas quatro primeiras semanas de 2018, as vendas em volume cresceram 4,19%, enquanto o faturamento subiu dois dígitos: 14,05%
- Faturamento do setor de livros cresceu 2% em 2017 com relação a 2016
- O volume de vendas subiu 4,55% no mesmo período (de 40.495 para 42.337)

* Dados do Painel das Vendas de Livros no Brasil, apresentado pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e pela Nielsen

A Saraiva também é reconhecida pela realização de grandes ações promocionais. Para dar ênfase a elas, o grupo, inclusive, criou espaços exclusivos e áreas interativas, como a de games. "Dentre as novidades, temos os eventos multicanais, como a live com a Jojo Moyes e a mais recente, em parceria com a Microsoft, para o lançamento do game Forza Motorsport 7", conclui Nogueira.

FOTO_DIVULGAÇÃO

As lojas vão além dos livros e oferecem mix diversificado de produtos

CONDOMÍNIOS PODEM SER TITULARES DE REGISTROS DE MARCAS?

Por_**Leonardo Cordouro***

FOTO_DIVULGAÇÃO

A Lei nº 9.279, de 1996, chamada de Lei da Propriedade Industrial (LPI), é o normativo legal vigente que regula os direitos e obrigações relativos a marcas. No Brasil, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é a autarquia que tem a atribuição, dentre outras, de realizar a análise de cada pedido de registro de marca. Os requisitos básicos para que uma pessoa (seja física ou jurídica, de direito público ou privado), esteja qualificada a registrar uma marca são: (i) que a marca não esteja sendo regularmente utilizada por outra pessoa e (ii) que a classe de produto ou de serviço no qual o pedido de marca foi feito seja condizente com a atividade que essa pessoa desenvolva.

O tema interessa por ora somente às pessoas jurídicas de direito privado, aquelas listadas no artigo 44 do Código Civil Brasileiro: (I) as Associações, (II) as Sociedades, (III) as Fundações, (IV) as Organizações Religiosas, (V) os Partidos Políticos e (VI) as empresas individuais de responsabilidade limitada. Tais entidades têm, portanto, personalidade jurídica atribuída por lei.

Importante destacar que a inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), da Receita Federal do Brasil (RFB), não confere, por si só, "personalidade jurídica a uma entidade", sendo que a inscrição perante o CNPJ é uma obrigatoriedade para fins fiscais estabelecida na Instrução Normativa RFB nº 1.634/2016. Feitos tais esclarecimentos, é importante destacar que duas entidades bastante utilizadas em empreendimentos de shopping centers não têm personalidade jurídica. Trata-se do condomínio e do consórcio. A existência de um condomínio indica, de forma bem ampla, que um mesmo bem pertence a mais de uma pessoa, ao passo que o consórcio estabelece a união de sociedade sob o mesmo controle ou não para executar determinado empreendimento.

O INPI, como autarquia federal, deve agir estritamente nos limites da legalidade, tal como determina a Constituição Federal (CF) em seu artigo 37. Assim sendo, poderia o INPI deferir um pedido de registro de marca efetuado por um condomínio ou um consórcio?

** Mestre em Ciências Jurídico-Internacionais pela Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa e advogado da área de Propriedade Intelectual do Casillo Advogados*

A questão é polêmica, todavia, já foi enfrentada pelo INPI, que há alguns anos solicitou o apoio da Advocacia Geral da União (AGU) para que opinasse sobre o posicionamento a ser adotado pela autarquia federal em tais situações.

A AGU, resumidamente, afirmou que a ausência de previsão expressa no Código Civil que inclua o consórcio no rol de pessoas jurídicas impossibilita referida entidade – o consórcio – de requerer o registro de marca perante o INPI, uma vez que não atende ao disposto no artigo 128 da Lei nº 9.279. O INPI e a AGU manifestaram, portanto, entendimento bastante restritivo da Lei de Propriedade Industrial no que diz respeito ao mencionado artigo.

Desta forma, não é possível afirmar que há segurança jurídica para que tais entes (condomínio e consórcio) requeiram e obtenham registros de marca perante o INPI.

O INPI deveria, para melhor tutela dos direitos de propriedade intelectual, abranger entidades afins às pessoas jurídicas como titulares de direitos de marca, porém, enquanto o assunto não estiver pacificado ou até mesmo enquanto não ocorrer uma mudança na legislação, a disposição do § 1º do artigo 128 da LPI poderá endereçar o problema, permitindo que empresas controladoras requeiram e obtenham tais registros.

"O INPI deveria, para melhor tutela dos direitos de propriedade intelectual, abranger entidades afins às pessoas jurídicas como titulares de direitos de marca, porém, enquanto o assunto não estiver pacificado ou até mesmo enquanto não ocorrer uma mudança na legislação, a disposição do § 1º do artigo 128 da LPI poderá endereçar o problema, permitindo que empresas controladoras requeiram e obtenham tais registros"

É importante, por fim, que entidades que não possuam personalidade jurídica e que eventualmente tenham obtido êxito no deferimento de registros de marca regularizem sua situação, a fim de evitar eventuais alegações de nulidades, caducidade por ausência de uso pelo titular e outras manifestações que podem colocar em grave risco legítimos direitos sobre suas marcas.

ESPAÇO PARA VER E SER VISTO

1

2

3

4

1_O Partage Shopping Betim, MG, ganhou um jardim vertical de 42 m² e a equipe aproveitou para fazer um registro. Da esquerda para a direita, Deborah Miranda, analista de marketing; Karla Oliveira, estagiária de marketing; Paula Café, analista de qualidade; e Larissa dos Santos, estagiária de arquitetura.

2_O Boulevard Shopping BH, na capital mineira, organizou mais um evento pet friendly, desta vez, com cães da raça bulldog. Da esquerda para a direita, Márcia Cristina Pereira, organizadora do evento; Rafael Polcaro Pereira, analista de marketing do mall; e Juliano Moreira, Regiane Teixeira Pimenta e Daniel Campos Guimarães, também organizadores.

3_Jéssica Sarquis, assistente de marketing, e Natália Garcia, coordenadora de marketing, do Itaquá Garden Shopping, SP, fizeram uma selfie com o prêmio Sou Mais, organizado pela Tenco Shopping Centers. No ano passado, o empreendimento ficou em primeiro lugar nas categorias Campanhas Institucionais e Motivação e Integração.

4_Brenno Henrique, Ediléia Ferro e Daniele Vasconcelos, assistente, gerente e analista de marketing do Shopping Bonsucesso, em Guarulhos, SP, registraram a exposição Outras Damas, que homenageou o Dia Internacional da Mulher.

A Revista Shopping Centers também quer publicar sua foto. Clique um momento especial dentro do empreendimento e mande para nós. Capriche e tenha grandes chances de ver sua imagem estampada aqui. Envie uma foto com sua equipe para revista@abrasce.com.br.

FOTOS_DIVULGAÇÃO

strenna

UMA EXPERIÊNCIA DE TOTAL IMERSÃO, COM BENEFÍCIOS ÚNICOS PARA QUEM ADORA CINEMA

Com mais de 200 salas no país, a **UCI** oferece o que existe de mais avançado em cinema. São 5 salas **IMAX** e 10 salas **XPLUS** para ficar dentro da ação, além de 8 sofisticadas salas **DE LUX** e a incrível sala **4DX**. Para aproveitar toda essa tecnologia, a rede oferece os benefícios exclusivos **UCI UNIQUE**, com uma base de usuários que não para de crescer.

ucicinemas.com.br

uci XPLUS · uci DE LUX · IMAX · 4DX · uci SUPERSEAT · uci UNIQUE

PREOCUPE-SE COM O MAIS IMPORTANTE: DESENVOLVER O NEGÓCIO DOS SEUS LOJISTAS

Para todas as outras operações, deixe por conta das soluções que a **Group Software** oferece. Com elas você **aumenta a produtividade** da sua administração e ganha tempo para cuidar do que realmente importa: **a lucratividade.**

BENEFÍCIOS:

AGILIDADE!
Automatize todos os processos de gestão, economizando tempo e dinheiro.

TRANSPARÊNCIA!
Informações precisas e garantia absoluta de todos os processos gerenciais.

INOVAÇÃO!
Crie funcionalidades de acordo com a sua necessidade.

ERP
O mais completo do mercado.

ESCALÁVEL
Gerencie várias filiais em um único sistema.

95% de satisfação dos clientes.

GROUP SOFTWARE GROUP shopping

0800 702 5700 | groupsoftware.com.br